
BACHELORARBEIT

Susi Adner

Lost Places in Berlin

Eine neue Art von Eventlocations

2014

BACHELORARBEIT

Lost Places in Berlin

Eine neue Art von Eventlocations

Autor/in:
Susi Adner

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM09wS2-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Volker Kreyher

Zweitprüfer:
Prof. Heinz-Ludwig Nöllenburg

Einreichung:
Berlin, 20. Juni 2014

BACHELOR THESIS

Lost Places in Berlin

A new kind of eventlocations

author:
Susi Adner

course of studies:
Angewandte Medien

seminar group:
AM09wS2-B

first examiner:
Prof. Dr. Volker Kreyher

second examiner:
Prof. Heinz-Ludwig Nöllenburg

submission:
Berlin, 20th June 2014

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII

1 Einleitung **1**

2 Events **2**

2.1 Eventmanagement	2
2.2 Strategische Fragen des Eventmanagements	4
2.3 Operationale Fragen des Eventmanagements	6

3 Szenenmanagement **7**

4 Locationmanagement **9**

5 Berlin - die Eventstadt **13**

5.1 Berlin als Ziel der Event Touristen	13
5.2 Berlin als Messestadt	15
5.3 Berlin als Sportstadt	15
5.4 Berlin als Musikstadt	15
5.5 Berlin als Modestadt	16
5.6 Berlin als Kulturstadt	16

6 Lost Places **17**

6.1 Was sind Lost Places?	17
6.2 Faszination Lost Places	18
6.3 Die Entstehung der Lost Places in Berlin	21
6.4 Häuserbesetzungen in Berlin	22

6.5 Der Trend Urban Exploring.....	24
6.5.1 Geo Caching.....	25
6.5.2 Urban Exploring im Sport.....	25
6.5.3 Urban Exploring in der Kunst.....	26
6.6 Nutzung von Lost Places als illegale Partylocation.....	26
7 Die Opernwerkstätten.....	28
7.1. Geschichte.....	28
7.2 Das Gebäude.....	28
7.3 Nutzung als Eventlocation und Beispiel „OM-D: Photography Playground“.....	29
8 Der Spreepark Plänterwald.....	31
8.1 Vom Kulturpark Berlin zum Spreewald Plänterpark.....	31
8.2 Das Gelände.....	32
8.3 Nutzung als Eventlocation und Beispiel „The xx Night + Day“.....	32
9 Das Stadtbad Oderbergstraße.....	34
9.1 Das Stadtbad als offizielle Badeanstalt.....	34
9.2 Das Gebäude.....	35
9.3 Nutzung als Eventlocation.....	36
10 Denkmalschutz – Segen und Fluch für die Lost Places.....	36
11 Förderungsmöglichkeiten.....	38
12 Veranstaltungssicherheit- und Recht.....	39
12.1 Verantwortung.....	39
12.2 Versammlungsrecht.....	40
12.3 Baurecht.....	40
12.4 Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen.....	40
12.5 Probleme mit Schad- und Giftstoffen.....	41
12.6 Eigentumsverhältnisse.....	42
12.7 Kaufen, Betreiben oder Mieten?.....	43

<u>13 Medienberichterstattung</u>	<u>46</u>
<u>14 Übertragung auf andere Städte</u>	<u>49</u>
<u>15 Erfolgsfaktor Lost Place – die perfekte Eventlocation</u>	<u>50</u>
 Literaturverzeichnis.....	 52
Quellenverzeichnis.....	56
Anhang.....	63

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kommunikationsaufgaben eines Events.....	3
Abbildung 2: Aufgabengebiete des Eventmanagements.....	4
Abbildung 3: Ziele des Eventmarketings.....	5
Abbildung 4: Szenenmanagement Ablauf.....	9
Abbildung 5: Burg Satzvey.....	10
Abbildung 6: Eindrücke „World of Coca-Cola“ in Atlanta.....	12
Abbildung 7: Brand Experience durch Architectural Branding.....	12
Abbildung 8: Anzahl der Übernachtungen in deutschen Großstädten.....	14
Abbildung 9: Entwicklung der Zahl der Veranstaltungen und deren Teilnehmer.....	14
Abbildung 10: Heilstätten Hohenlychen.....	17
Abbildung 11: Eventtage und Dachloft der Opernwerkstätten.....	29
Abbildung12: Impressionen „OM-D Photography Playground“.....	30
Abbildung13: Eindrücke des verlassenen Spreeparks.....	32
Abbildung 14: „The xx Night + Day“ Eintagesfestival.....	33
Abbildung 15: Impressionen Stadtbad Oderberger Straße.....	35
Abbildung 16: Vor- und Nachteile beim Kauf eines Lost Places.....	44
Abbildung 17: Vor- und Nachteile beim Betreiben eines Lost Places.....	45
Abbildung 18: Vor- und Nachteile des einmaligen Mietens eines Lost Places.....	46

Abkürzungsverzeichnis

BetrVO	Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen
Bln BodSchG	Berliner Bodenschutzgesetz
CSD	Christopher Street Day
IRS	Institut für Stadtentwicklung und Strukturplanung
RGW	Rat für gegenseitige Wirtschaftshilfe (wirtschaftlicher Zusammenschluss der sozialistischen Staaten)
SBZ	Sowjetische Besatzungszone
SED	Sozialistische Einheitspartei Deutschlands
ThF	Tempelhofer Feld
UE	Urban Exploring
UST	Büro für Umwelt- und Sicherheits-Technik
VStättVO	Versammlungsstättenverordnung

1 Einleitung

In Berlin finden jeden Tag hunderte Events statt. Von kleinen Privatfeiern, Firmenevents, Kunstausstellungen, Marketingevents über große Sportveranstaltungen, Konzerte bis hin zu riesigen Open Air Stadtfesten. Bei dieser Fülle an Veranstaltungen und stetig wachsenden Erwartungen der Besucher wird es immer schwieriger, aus einem Event etwas wirklich Besonderes und Einzigartiges zu machen.

Aufgrund dieser Gegebenheiten lässt sich in Berlin seit einiger Zeit ein neuer Trend erkennen. Durch die geschichtlichen Begebenheiten stehen sehr viele Gebäude leer und werden nicht mehr genutzt – seien es alte Fabriken, Wohngebäude, Vergnügungsparks oder auch Schwimmbäder. Diese werden nun von einigen Menschen „wiederentdeckt“ und genießen immer mehr Aufmerksamkeit, auch in den Medien. Fotografen gehen dorthin, um einzigartige Aufnahmen zu machen, Abenteurer gehen auf Entdeckungstour und erleben ihre Stadt in einem ganz neuen Licht und manch Feierwütige machen diese Locations zur Bühne der Elektro-Szene.

Diese Plätze werden „Lost Places“ genannt – vergessene Orte. Doch nach und nach werden sie als Eventlocations der ganz besonderen Art wieder zum Leben erweckt. So zum Beispiel der verlassene Vergnügungspark „Spreepark“, der zum Festivalgelände gemacht wurde oder auch das Stadtbad Wedding, welches als Kunst- und Kulturgelände genutzt wird.

Die Idee ist nicht neu. Schon in den 70er Jahren wurden alte Gebäude in Berlin besetzt. Doch während es damals um politische Gegenwehr ging, sind leerstehende Gebäude heute eine aufkeimende Chance für die Eventbranche.

In dieser Arbeit wird zunächst ein Einblick in die Veranstaltungswelt gegeben um das eigentliche Thema besser verstehen zu können. Was sind Events? Wie definiert sich Eventmanagement und -marketing? Was sind die Ziele?

Es wird geklärt, welche wichtigen Rollen Szenen- und Locationmanagement spielen und warum Lost Places so interessant und beliebt geworden sind. Anhand der Beispiele der Opernwerkstätten, des Spreeparks Plänterwald und des Stadtbads Oderbergstraße soll erläutert werden, wie Events in Lost Places aussehen können, was beachtet werden muss und welche Risiken entstehen können. Denn die „verlorenen Orte“ sind gar nicht so vergessen, wenn es um Behörden, Recht und Denkmalschutz geht.

Dazu gibt es auch ein wenig Einblick von Carlos Fleischmann, Geschäftsführer des Tournee- und Konzertveranstalters „ct creative talent“, welcher ein großes Festival im

verlassenen Spreepark veranstaltet hat. Sowie von Lars Riemann, Senior Manager der Event Administration „Gemeinsame Sache GmbH & Co. KG“, die geholfen hat das „Berlin Festival“ auf dem Tempelhofer Feld auf die Beine zu stellen. Erläutert werden auch die Vor- und Nachteile, die sich beim Kauf oder beim Mieten eines Lost Places ergeben.

Nicht alle sind Fans der vor sich hin rottenden Geisterhäuser. Manche wiederum würden alles tun um ihre alten Kultstätten vor dem Abriss und der Vergessenheit zu bewahren. Deshalb wird ein Blick auf die Medienberichterstattung und die allgemeine Stimmung geworfen, wenn es um die alten Gebäude und Gelände geht. Denn gerade die Berliner setzten sich oft für den Erhalt gefährdeter Lost Places und deren Nutzung ein, wie man an dem Beispiel des Tempelhofer Feldes gut erkennen kann. Außerdem wird der Blick auf andere Städte gerichtet. Gibt es dort ebenfalls Lost Places? Werden diese schon genutzt und auf welche Weise?

2 Events

2.1 Eventmanagement

Um Eventmanagement zu definieren, muss zuvor darauf eingegangen werden, was ein Event überhaupt ist. Events gibt es schon seit langer Zeit. Allgemein kann man sagen, dass immer dort, wo sich Menschen geplant versammeln um eine gute Zeit zu haben, oder um bestimmte Botschaften zu verbreiten, eine Veranstaltung stattfindet. [vgl. Henschel 2010, 1]

Dabei wird zwischen verschiedenen Arten von Veranstaltungen unterschieden. „Es gibt Marketing-Events, kulturelle Veranstaltungen und private Festlichkeiten. Die Unterscheidungen liegen in der Zielsetzung und strategischen Ausrichtung.“ [Henschel 2010, 1]

Dabei wollen Events bestimmte Ziele erreichen. Die vier klassischen Kommunikationsaufgaben eines Events sind:

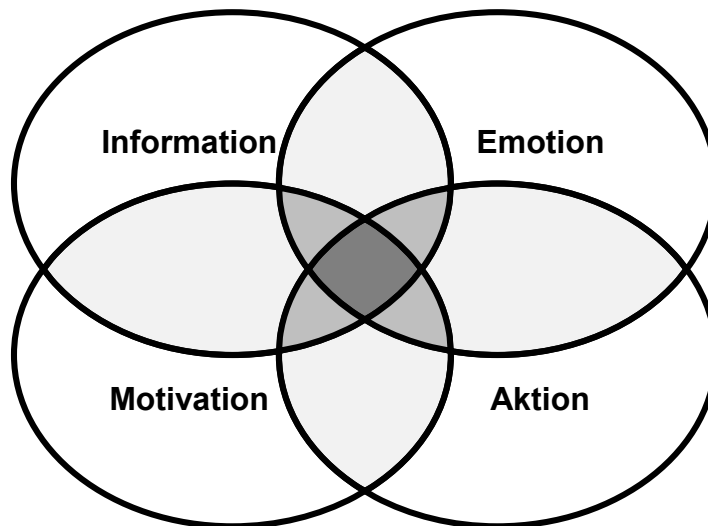


Abb. 1: Kommunikationsaufgaben eines Events

Quelle: Schäfer-Mehdi, Stephan (2009): Event-Marketing. 3.Aufl. Berlin

„Reine Information spricht nur den Verstand an. Pure Emotion alleine kann die Teilnehmer zwar fesseln, zeigt aber keine direkte Wirkung und lässt den Event zur bedeutungslosen Party werden. Ohne Aktivierung erreichen Sie niemals ein Eventziel. Und ohne Motivation halten ihre Teilnehmer nicht durch.“ [Schäfer-Mehdi, 2009, 14] Deshalb müssen alle vier Komponenten zusammenspielen, um eine Botschaft erfolgreich zu vermitteln.

Die Aufgabe des Eventmanagements ist es, eine Veranstaltung zu planen und sicherzustellen, dass eine Veranstaltung reibungslos abläuft und ihre Ziele erreicht. Laut Henschel kann man die Tätigkeiten des Eventmanagements in vier verschiedene Hauptbereiche unterteilen (vgl. Abbildung 2). [vgl. Henschel, 2010, 7]

Eine gute Strategie ist zur Durchführung eines Events unerlässlich. Die Zielsetzung muss festgelegt werden, die Zielgruppe definiert und das Budget errechnet werden. Ein anderes großes Aufgabengebiet ist die Logistik. Es stellen sich Fragen wie: Wo soll das Event stattfinden? Wann soll es stattfinden? Was benötige ich alles? Im Aufgabenfeld der Kreativität sind gute Ideen gefragt. Dazu gehören die Inszenierung, die gestalterische Umsetzung, sowie eine Auswahl an Künstlern. Ein sehr wichtiger Punkt ist der des Veranstaltungsrechts. Es müssen Sicherheits-, Haftungs- und Rechtsfragen geklärt und Verträge aufgesetzt werden, um böse Überraschungen zu vermeiden. [vgl. Henschel, 2010, 8ff] Wenn diese Aufgabengebiete optimal aufeinander abgestimmt sind, kann ein Event erfolgreich durchgeführt werden.

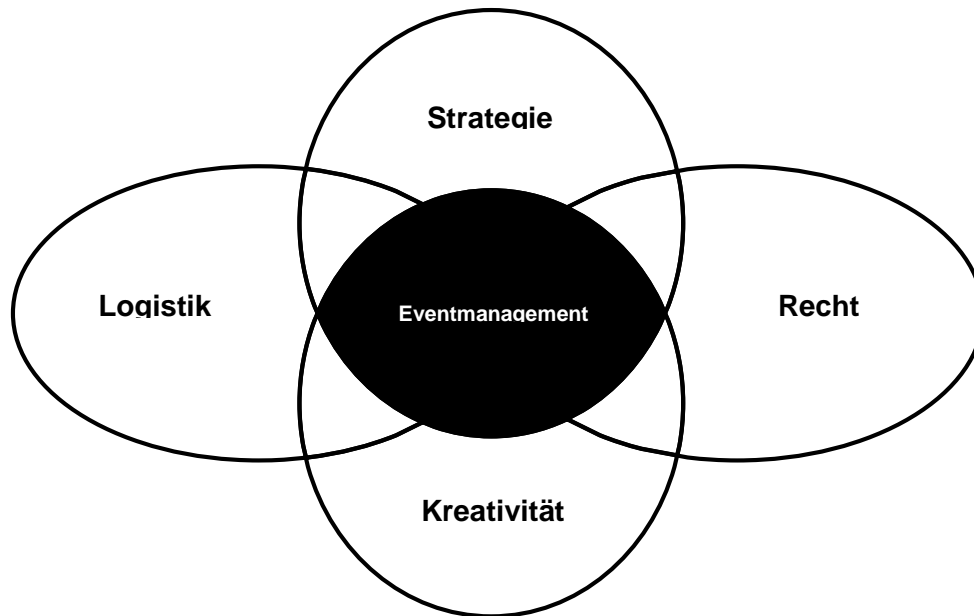


Abb. 2: Aufgabengebiete des Eventmanagements

Quelle: Henschel, Oliver (2010): Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung. 2.Aufl. Berlin

Heutzutage gibt es viele verschiedene Anbieter, um jedes Event zu einem besonderen Erlebnis zu machen. Professionelle Hilfe kommt von vielen Seiten. Agenturen, die Full-Service anbieten oder spezialisierte Anbieter, die sich auf nur einen Aspekt des Eventmanagements konzentrieren, wie zum Beispiel das Finden besonderer Locations oder auch auf eine bestimmte Art von Veranstaltung.

Zusammengefasst beinhaltet Eventmanagement also die Emotionalisierung der Teilnehmer, eine zu vermittelnde Botschaft, Interaktivität der Teilnehmer und Zielgruppenorientiertheit. [vgl. Freudl, 2004, 13-14]

2.2 Strategische Fragen des Eventmanagements

„Die Imagepflege von Unternehmen, die produktbezogene Werbung und die Präsentation von Personen, Ideen und Visionen im öffentlichen Raum finden immer mehr im Rahmen von Inszenierungen mit Erlebnischarakter statt, die als Event bezeichnet werden. [...] Events sind mehr als eine kurzlebige PR-Mode. Sie sind Ausdruck einer veränderten gesellschaftlichen Kommunikationskultur.“ [Lucas, 2007, 3]

Die zentrale Aufgabe des Eventmarketings ist es, eine Kundenbindung zu schaffen und durch Emotionalisierung neue Zielgruppen anzusprechen. Da die Gesellschaft immer mehr zur Erlebnisorientiertheit neigt, sind Events das perfekte Werkzeug hierfür.

Außerdem kann durch Events eine genau definierte Zielgruppe angesprochen und somit Streuverluste vermieden werden. [vgl. Kiel, 2004, 82]

Marketingevents werden von Unternehmen immer häufiger als Kommunikationsinstrument eingesetzt. Somit gehört das Eventmarketing mittlerweile zum festen Bestandteil des Kommunikationsmanagements. Dabei werden die Veranstaltungen genutzt um Produkte, Dienstleistungen oder auch Unternehmen zu präsentieren. [vgl. Henschel, 2010, 81]

Es sollen bestimmte strategische Ziele erreicht werden:

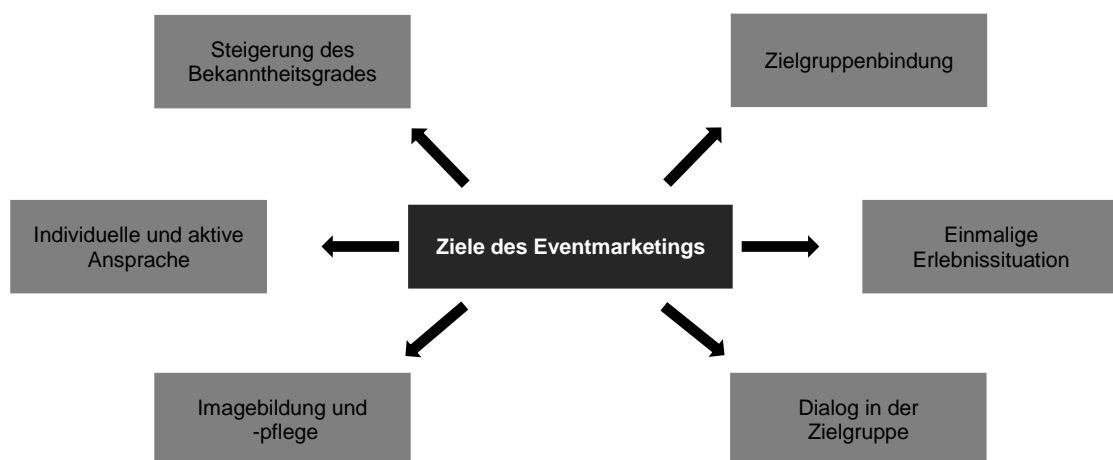


Abb.3: Ziele des Eventmarketings

Quelle: Henschel, Oliver (2010): Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung. 2.Aufl. Berlin

„Der Mensch steht als Individuum im Mittelpunkt des Geschehens, emotionale und physische Reize können angesprochen werden. Die Markenbildung (brand building) wird mittels Erlebniskommunikation weiter forciert. Markenbilder werden erlebbar und setzen nachhaltig Emotionen frei.“ [Kiel, 2004, 78] Somit wird also durch Partizipation, Interaktion und Nachhaltigkeit eine Kommunikationswirkung erzeugt.

Natürlich spielt die Zielgruppe hierbei eine sehr wichtige Rolle. Durch eine genaue Eingrenzung der Zielgruppe können zum Beispiel Szenen und Milieus direkt angesprochen werden. Auch Vermittler oder Multiplikatoren werden durch Marketingevents angeregt, eine Botschaft nach außen zu tragen oder helfen ein bestimmtes Bild eines Produktes oder eines Unternehmens zu verbreiten.

2.3 Operationale Fragen des Eventmanagements

Hinter Veranstaltungen steckt viel Arbeit. Von der Vorbereitung, der Durchführung bis hin zur Nachbereitung muss alles bis in das kleinste Detail geplant werden.

Dazu gehört zuallererst eine Zeitplanung. Wie lange im Voraus sollte man ein Event planen? Wann organisiert man was? Auf welchen Tag (oder Tage) lege ich mein Event? Eine gute Zeitplanung ist unerlässlich, um einen reibungslosen Ablauf einer Veranstaltung zu gewähren. [vgl. Graeve, 2007, 44]

Genauso wichtig ist das Budget. Dieses wird entweder zur Verfügung gestellt oder muss selbst generiert werden. In beiden Fällen muss vor dem Event geplant werden welche Kosten entstehen und wieviel Einnahmen voraussichtlich gemacht werden können. [vgl. Graeve, 2007, 44-45]

Ganz am Anfang der Planung steht die Suche nach einem passenden Veranstaltungsort, der sogenannten Location. Als Event Location kann fast jeder Ort dienen: Tagungsstätten, Mehrzweckhallen, Open-Air Gelände, alte Schlösser und das ob In- oder Outdoor. [vgl. Henschel, 2010, 125] Wichtig ist dabei die Kapazität zu beachten. Die Location muss dem Anlass entsprechen. Dabei spielt die Größe eine Rolle und ob es zum Beispiel mehrere Räume gibt. [vgl. Moderer, 2007, 130] „Jedoch müssen die rechtlichen und sicherheitstechnischen Vorschriften sowie die behördlichen Genehmigungspflichten [...] beachtet werden. [Henschel, 2010,125]

Ein anderer wichtiger Aspekt ist der Personaleinsatz und die Verteilung der Kompetenzen. Darunter fallen alle Personen, die intern oder extern am Event beteiligt sind. Zulieferer, Hostessen, Sicherheitspersonal, Technikpersonal etc. Dabei muss genau festgelegt werden, wer wofür zuständig ist, um zu vermeiden, dass notwendige Aufgaben nicht liegenbleiben oder Streitigkeiten entstehen [vgl. Graeve, 2007, 74-76] Dazu gehört auch die Buchung von Künstlern und Bands, die wesentlich zum Erfolg eines Events beitragen können, denn sie können die Emotionalität steigern, was gleichzeitig auch die Wirksamkeit erhöht. [vgl. Schäfer-Mehdi, 2009, 97]

Natürlich muss auch für das leibliche Wohl der Gäste gesorgt werden. Je nach Art des Events kann es ein Catering oder eine Bar geben. Das Catering wird meist von professionellen Catering Firmen übernommen, die sich oftmals auf bestimmte Arten von Events oder besondere kulinarische Zubereitungen spezialisiert haben. [vgl. Schäfer-Mehdi, 2009, 111 – 112]

Die technischen Aspekte spielen eine sehr große Rolle. Vor dem Event muss ermittelt werden, welche Technik benötigt wird und was in der Location eventuell schon

vorhanden ist. Dazu gehören Licht- und Tontechnik, Projektionsleinwände, Aufzeichnungstechnik, Effektanlagen und viele mehr. [vgl. Henschel, 2010, 284 – 285] „Neben der Themenvermittlung und inhaltlichen Funktion [...] [solcher Elemente/S.A.] können sie auch als dramaturgisches Element, zum Beispiel für Überleitungen, eingesetzt werden, um vor allem Emotionen und Stimmung zu erzeugen.“ [Schäfer-Mehdi, 2009, 102]

Unumgänglich sind Sicherheits- und rechtliche Fragen. Je nach Größe und Art der Veranstaltung gilt es, verschiedene Maßnahmen zu ergreifen. „Bei fast allen öffentlichen Events, die einen größeren Umfang haben, ist die Inanspruchnahme öffentlichen Verkehrsraumes erforderlich. Dies zieht umfangreiche Sicherungspflichten nach sich, deren grundlegende Inhalte der Verantwortliche kennen und beachten muss. Unabdingbar ist hierbei die Zusammenarbeit mit Behörden, wobei das Wissen über Zuständigkeiten und Verwaltungsabläufe sehr wichtig und hilfreich ist.“ [Schmalzbauer, 2004, 443] Genauso verhält es sich mit öffentlichen Plätzen und Gebäuden. Auch in einem Veranstaltungsort ist für die Sicherheit aller Beteiligten zu sorgen. Zum Beispiel wenn ein hohes Risiko durch schwebende Lasten besteht, es bauliche Höhenunterschiede gibt oder mit Pyrotechnik gearbeitet wird. [Splietorp/Kurz, 2004, 464 – 467] Wichtig ist es auch Versicherungen abzuschließen, insbesondere gegen Personen-, Sach-, Vermögens-, Brand-, Mietschäden etc. [Schäfer-Mehdi, 2009, 155]

3 Szenenmanagement

Schon lange wird versucht, die Bevölkerung in Gruppen zu unterteilen. Nach Gerhard Schulze, einem bekannten deutschen Soziologen, geschah dies am Anfang der empirischen Sozialforschung durch Klassen- und Schichtmodelle bis man zu sozialen Milieus als Wissensgemeinschaften überging. [vgl. Schulze, 1992, 267] Doch die abgesteckten Milieugrenzen werden heutzutage immer wieder überschritten. Deshalb entwickeln sich stetig neue Gemeinschaften, die nicht nur auf Grund ihrer eigenen Traditionen oder sozialen Herkunft zusammen finden. [vgl. Hitzler/Niederbacher, 2010, 14]

Diese Gemeinschaften werden „Szenen“ genannt. Unter einer Szene versteht man *„Eine Form von lockerem Netzwerk; einem Netzwerk, in dem sich unbestimmt viele beteiligte*

Personen und Personengruppen vergemeinschaften. In eine Szene wird man nicht *hineingeboren* oder *hineinsozialisiert*, sondern man sucht sie sich aufgrund irgendwelcher Interessen *selber* aus und fühlt sich in ihr eine Zeit lang mehr oder weniger ‚zu Hause‘.“ [Hitzler/Niederbacher, 2010, 15-16/Hervorheb. i.O.] Eine Szene ist nicht an einen Ort gebunden, sondern kann sich über die ganze Welt erstrecken. Jeder kann Einer oder mehreren Szenen angehören und ist nicht an sie gebunden. Das bedeutet, dass die verschiedenen Szenen immer in Bewegung sind. Neues wird entdeckt und zum Trend. Szenen verändern sich somit ständig oder entstehen neu. [vgl. Heinzlmaier, 1999, 11] Gerade Jugendliche sind oftmals Teil mehrerer Szenen oder sympathisieren mit Ähnlichen, sodass ein Geflecht aus Interessengemeinschaften entsteht. [vgl. Zentner, 2013, 1ff.]

Dies hat für das Marketing eine große Bedeutung, denn „Die jeweilige Szeneintegration bestimmt, in welchen Geschäften man einkauft, welche Bekleidungsmarken man trägt, [...] welche Tonträger man kauft etc. Letztendlich bestimmen die Szenen, wie und was Jugendliche konsumieren.“ [Heinzlmaier 1999, 19] Laut Hitzler und Niederbacher hat jede Szene eine besondere Einstellung und einen thematischen Fokus, wie eine bestimmte Musikrichtung oder einen besonderen Sport. Sie leben einen gewissen Lifestyle, haben Treffpunkte und Rituale und benutzen besondere Symbole. Dabei sind Szenen jedoch nicht gegeneinander abgeschottet. Vielmehr überschneiden sie sich und haben Berührungsflächen, hören zum Beispiel die gleiche Musik, oder gehen auf dieselben Partys. [Hitzler/Niederbacher, 2010, 29-30] Genau das ist für das Marketing sehr interessant. Sie können durch die Berührungsflächen verschiedene Szenen erreichen und ihre Produkte so gezielt vermarkten.

Da Szenen keine statischen Gebilde, sondern dynamisch und offen sind, verändern sie beständig ihr Gesicht. Die Gesellschaft entwickelt sich immer weiter, „das Erleben des Lebens rückt ins Zentrum“ [Schulze, 1992, 33] Genauso spielt auch die Entwicklung der modernen Technologien eine Rolle. Es entstehen neue Bedürfnisstrukturen, die schnell erkannt und versorgt werden müssen. „Das Erkennen von Trends in einer vielschichtigen Gesellschaft, die zudem dauernden Veränderungen ausgesetzt ist, ist zu einem der wichtigsten Planungsparameter der gesamten Wirtschaft geworden.“ [Finsterer, 1999, 193] Die folgende Grafik soll an einem Beispiel verdeutlichen, wie aus technischen und gesellschaftlichen Veränderungen neue Bedürfnisstrukturen und somit neue Trends entstehen. Aus diesen Trends bilden sich Szenen, auf welche die Wirtschaft mit neuen Produkten und Marketingstrategien reagiert:

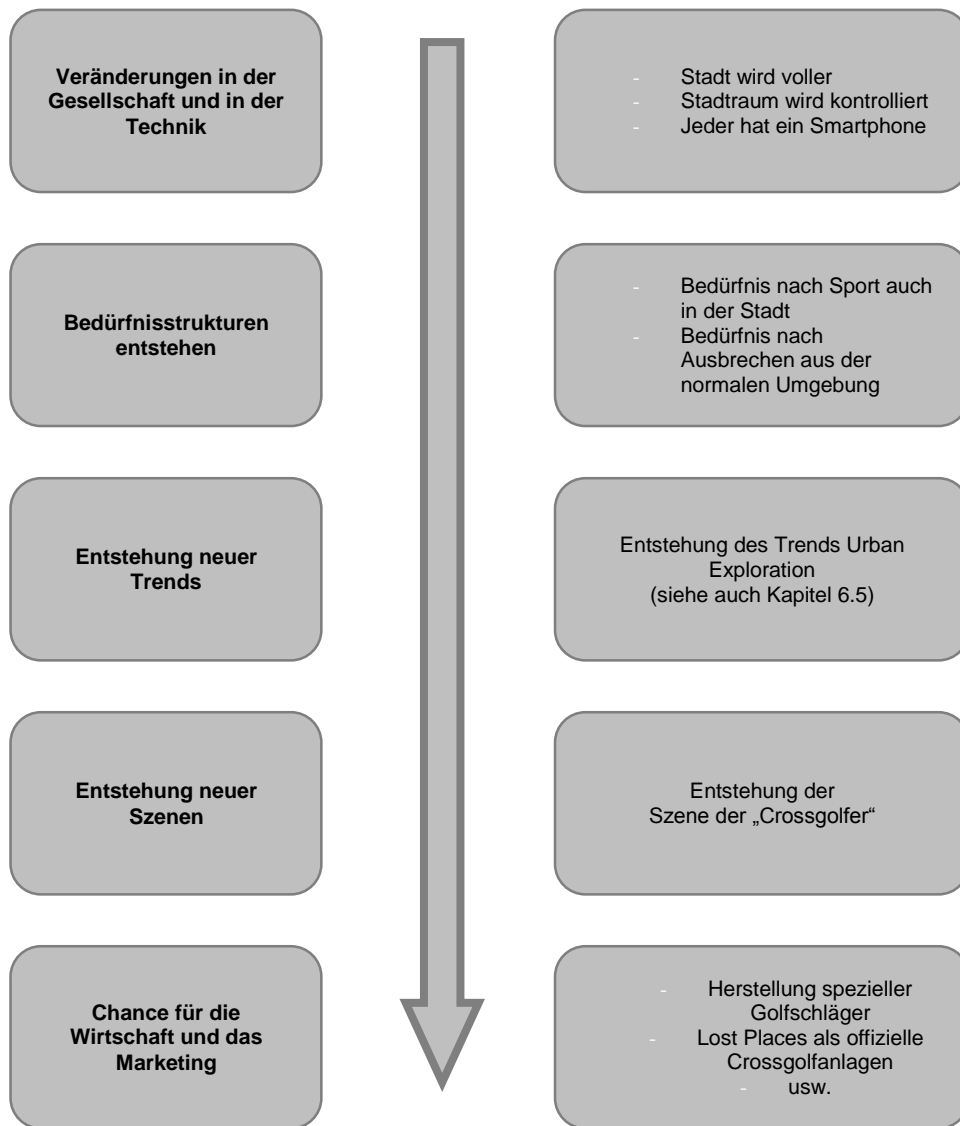


Abb.4: Szenenmanagement Ablauf

Quelle: Eigene Darstellung

4 Locationmanagement

„Architektur ist Kommunikation – ob beabsichtigt oder nicht.“ [Raffelt/Meyer, 2012, 207]
 Die richtige Auswahl der Location ist für ein Event unerlässlich. Mit dem Veranstaltungsort steht oder fällt der Erfolg eines Events. Deswegen gibt es zahlreiche Agenturen und Firmen, die sich nur darauf spezialisiert haben besondere und

einzigartige Locations zu finden. Die Auswahl ist riesig. Auf einer Website, die sich auf Eventlocations in ganz Deutschland spezialisiert hat, findet man alleine in Berlin 569 Veranstaltungsstätten. [vgl. Locations in Berlin] Dabei sind der Kreativität kaum Grenzen gesetzt.

„Phantasie und gute Ideen ersetzen teure Bauten. Manchmal reicht die vorhandene Architektur einer alten Industriehalle oder eines futuristischen Fabrikgebäudes als Dekoration, in der sich mit wenig akzentuierten Scheinwerfern die gewollte Atmosphäre gekonnt herstellen lassen kann. [...] Versetzen Sie so Ihr Publikum in künstliche Welten, die Ihre Botschaft verdeutlichen, unterstützen oder verstärken.“ [Schäfer-Mehdi, 2009, 100]

So geschah es zum Beispiel auch 2005 bei der Veröffentlichung des sechsten Harry Potter Bandes. Schon zum Erscheinen des fünften Bandes gab es eine große Marketingaktion von der Verlagsgruppe Weltbild und der Deutschen Post. [vgl. Geimer/ Legler/ Maluck, 2007, 263] „Der Verkaufsstart [des neuen Buches/S.A.] und die Serviceaktion der Nachtzustellung sollten von einem Auftaktevent für ein breites Publikum begleitet werden. Nicht nur bei Potter-Fans sondern auch in der breiten Öffentlichkeit sollte die Wahrnehmung für den flexiblen und persönlichen Service gesteigert werden und das Image der beiden Unternehmen mit dem sympathischen jungen Produkt „Harry Potter“ in Verbindung gebracht werden.“ [Geimer/ Legler/ Maluck, 2007, 263]



Abb.5: Burg Satzvey
Quelle: Joachim Schulz, URL:
<http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/20721426>
(12.05.2014)

Dazu musste eine passende Location gefunden werden, die gleichzeitig die Atmosphäre der Bücher und den Anforderungen des Events wie zum Beispiel der Besucherkapazität oder der Infrastruktur gerecht wurde. Mit der Burg Satzvey in Metternich wurde die perfekte Location gefunden.

„Das mittelalterliche Burgambiente entspricht im Stil der Potter-Szenerie und bietet Spielraum für die Phantasie der

Besucher. [...] Das Burgareal bietet Platz für ca. 10.000 Besucher und mit den umliegenden Burgwiesen Platz für Bühnen, Special-Effects und atmosphärische Dekoration und Beleuchtung. Durch die jährlich ausgetragenen Ritterfestspiele [...] hat Burg Satzvey die notwendige Erfahrung bei Verkehr und Logistik [...]. Das entscheidende Kriterium für die endgültige Wahl von Burg Satzvey war schließlich die

über das Burgareal verlaufende Bahnlinie – diese sollte es ermöglichen, einen „Big-Bang“ um die Ankunft der Bücher zu inszenieren.“ [Geimer/ Legler/ Maluck, 2007, 264] Die Veranstaltung war ein großer Erfolg beim Publikum und die Medien, darunter auch ZDF, SAT.1 und RTL, berichteten ausführlich über das Event. [vgl. Geimer/ Legler/ Maluck, 2007, 271] Durch den Einsatz der passenden Location können Produkte, Unternehmen oder auch ein bestimmtes Thema richtig präsentiert werden. Dadurch entsteht eine Beziehung zwischen Location und Event.

Eine andere Art von Locationmanagement ist das sogenannte Architectural Branding. Hier wird die Location nicht nur temporär, sondern dauerhaft genutzt und ist somit ein Teil der strategischen Nutzung als Instrument der Markenpolitik. [vgl. Nufer, 2012, 207] „Vor dem Hintergrund der architektonischen Stilvielfalt der Zweiten Moderne kann bei jeder dreidimensionalen Äußerung aus dem reichhaltigen Repertoire der Architekturstil gewählt werden, der am besten zu Markenidentität und Kommunikationsziel passt.“ [Kaiser, 2008, 202]

„Architectural Branding ist für Unternehmen eine einzigartige Möglichkeit, ihre Markenwerte nachhaltig für Mitarbeiter und Kunden erlebbar zu machen. [...] Architectural Branding ist gebaute Markenidentität. Architectural Branding schöpft das gesamte kommunikative und relationale Potenzial von Architektur aus, beeinflusst markenbezogene Einstellungen und Verhaltensweisen und kann im Ergebnis messbare Effekte auf markenbezogene Erfolgsgrößen erzielen.“ [Raffelt/Meyer, 2012, 207]. Wie auch schon Schulze feststellte, rückt das Erlebnis durch die Veränderung in der Gesellschaft, wie mehr Freizeit, technischer Fortschritt und durch mehr Spielraum etwas so zu inszenieren wie man sich es vorstellt, immer mehr in den Vordergrund. [vgl. Schulze, 1992, 33/73] Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, wird das Architectural Branding erweitert und in Form von Brand Parks oder Erlebniswelten zu einem einzigartigen Ereignis gemacht.

Es gibt viele bekannte Brand Parks und Erlebniswelten, wie zum Beispiel die „World of Coca-Cola“ in Atlanta (Abb.6) oder die Disney-Themenparks, die sich mittlerweile über die ganze Welt verteilen. „Seit Mitte der 1990er-Jahre ist auch in Deutschland eine signifikante Zunahme an dauerhaften Markenerlebniswelten festzustellen. [...] Es wird ersichtlich, dass Markenerlebniswelten in unterschiedlichsten Branchen genutzt werden, um das eigene Produkt bzw. Unternehmen sinnlich erlebbar zu machen.“ [Nufer, 2012, 209]



Abb.6: Eindrücke „World of Coca-Cola“ in Atlanta

Quelle: Eigene Darstellung, Atlanta, 2008

Genau das möchte Architectural Branding. Es geht darum, Markenwerte zu kommunizieren, zu stärken und bekannter zu machen. Vor allem aber die Marke erlebbar zu machen. Dies erläutert der Autor Bernd Schmitt als Brand Experience wie folgt:

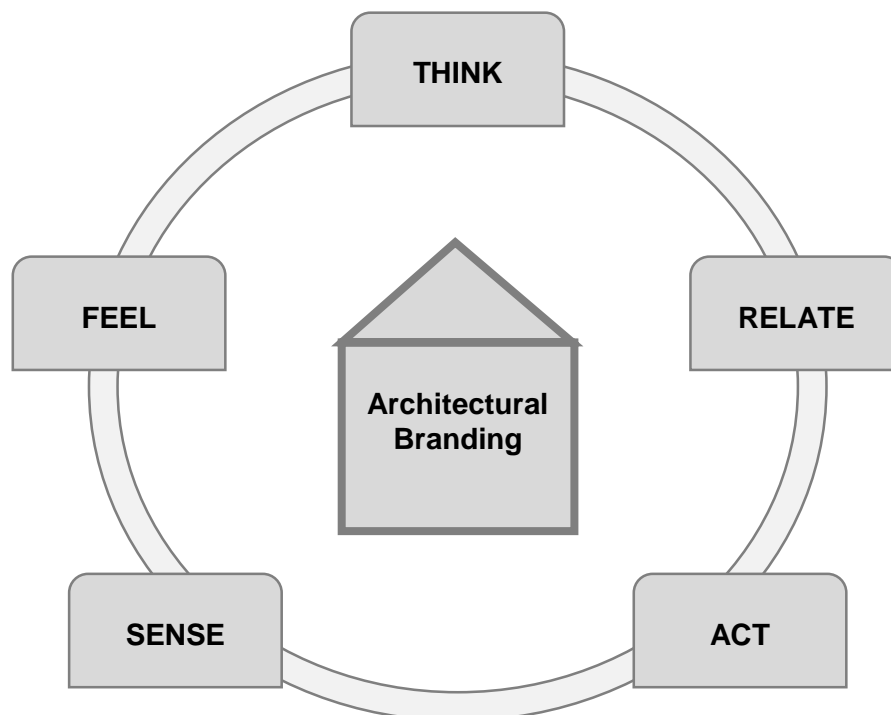


Abb. 7: Brand Experience durch Architectural Branding

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Schmitt, Bernd H. (1999): *Experimental Marketing. How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands.* New York

„*Sense*: Architektur kann ästhetische Erlebnisse schaffen, Schönheit, Aufregung, sinnliche Freude. *Feel*: Architektur kann intensive Gefühle wie Romantik, Freude oder Friedlichkeit durch ihre thematische Gestaltung und die Stimmungen, die Räume hervorrufen, wecken. *Think*: Architektur kann Markenwissen transportieren und zur kreativen gedanklichen Auseinandersetzung mit der Marke und den Produkten anregen. *Act*: Architektur kann auch anregen, im Raum zu verweilen, Produkte, die dort präsentiert werden, zu testen und mit Mitarbeitern in Kontakt zu treten. Hat der Raum ähnliche Qualitäten wie das Produkt, erfahren Kunden das Produkt bereits implizit, allein durch das bloße Betreten des Raumes. [...] *Relate*: Aufgrund der sozialen Sichtbarkeit ist Architektur ein geeignetes Medium, um den sozialen und kulturellen Kontext einer Marke zum Ausdruck zu bringen.“ [Raffelt/Meyer, 2012, 217/Hervorheb. i.O.]

Gute Eventlocations werden heutzutage immer wichtiger, da sie eine maßgebliche Rolle bei dem Erfolg von Marketingmaßnahmen im Eventbereich spielen. Sie wecken Neugier, Emotionen und letztendlich eine Verbundenheit zur Marke, zum Produkt oder Unternehmen durch positive Erlebnisse. Dadurch entsteht eine Marktnische und neue, besondere Orte können als Eventlocation erschlossen werden, wie zum Beispiel „Lost Places“.

5 Berlin – die Eventstadt

5.1 Berlin als Ziel der Event Touristen

Berlin ist als Hauptstadt und als Land der Bundesrepublik Deutschland mit circa 3,5 Millionen Bürgern das Bundesland und die Stadt mit der dichtesten Bevölkerung. Jedes Jahr wächst diese stetig. [vgl. Bevölkerung] Ebenso lockt die Hauptstadt jedes Jahr sehr viele Touristen an. Seit 2004 haben sich die Anzahl der Gäste und die der Übernachtungen verdoppelt. [vgl. Tourismus] Das liegt unter anderem an der großen Anzahl von Veranstaltungen, die es in Berlin gibt.

Eine Studie des Deutschen Tourismus Verbandes zeigt, dass der Anlass eines Besuches in Großstädten in circa zwanzig Prozent der Fälle, der eines Veranstaltungsbesuches ist [vgl. Deutscher Tourismusverband, 2006, S.33] Wenn es um Städtereisen geht, würde die Mehrheit der Deutschen Berlin besuchen und wenn es

um Eventreisen geht, steht Berlin als Reiseziel an oberster Stelle vor anderen Städten wie Hamburg oder München [vgl. Deutscher Tourismusverband, 2006, S.45/48]

Behält man dies im Hinterkopf und betrachtet die Entwicklung der Übernachtungen in den Großstädten, kann man sagen, dass auch der Eventtourismus, besonders in Berlin, deutlich steigt:

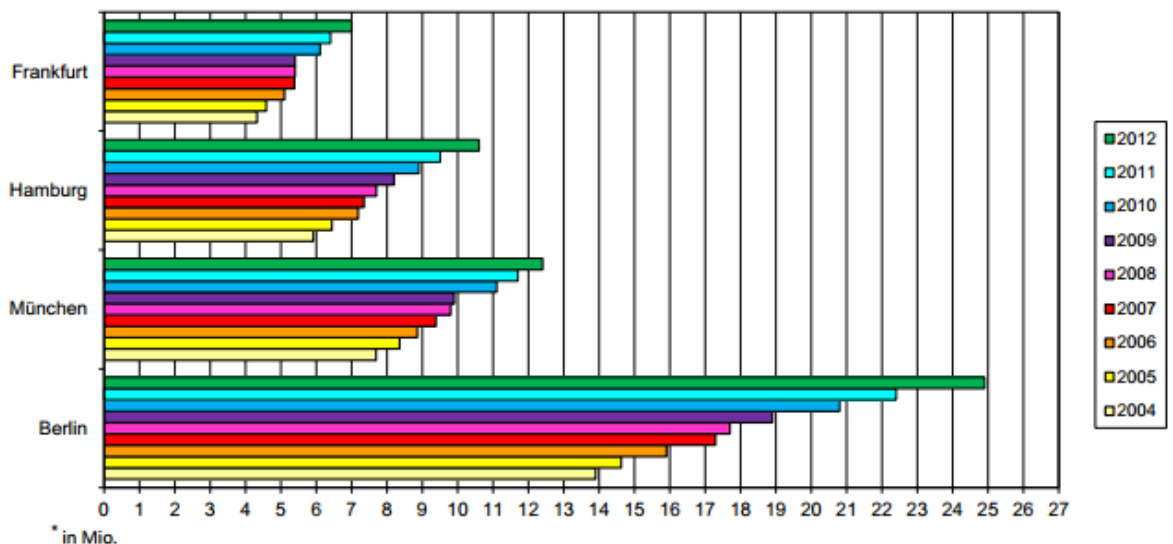
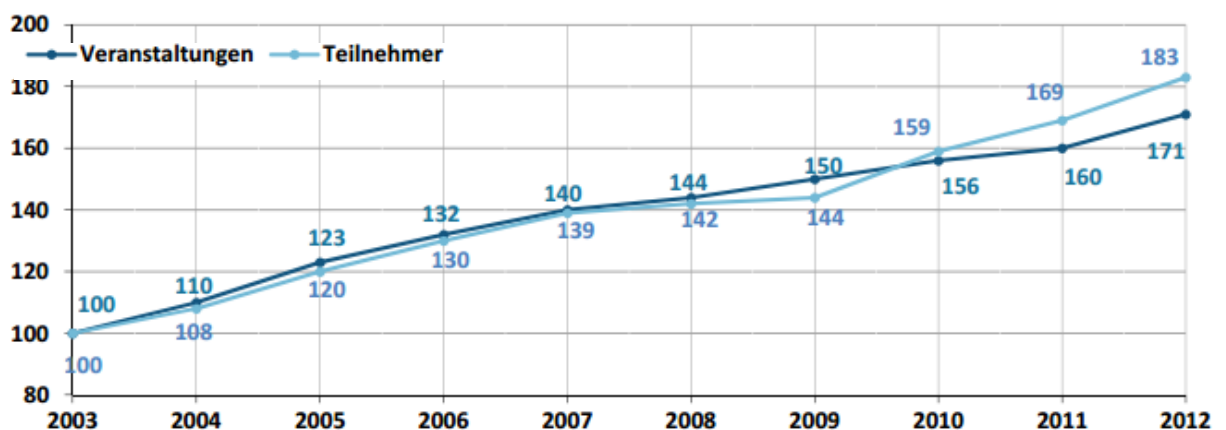


Abb.8: Anzahl der Übernachtungen in deutschen Großstädten

Quelle: DTV e.V. nach IHK Berlin (2013): Tourismusreport Berlin Juni 2013. Berlin

URL: <http://www.ihk-berlin.de/linkableblob/bihk24/branchen/Tourismus/downloads/822508/.44./data/Tourismusreport-data.pdf> (Stand: 18.05.2014)

Dabei hat sich auch die Zahl der Veranstaltungen deutlich erhöht. In den letzten zehn Jahren ist diese um 71 Prozent gewachsen, wobei die Besucherzahlen um 83 Prozent stiegen. [vgl. Visit Berlin, 2013, S.3] Dies zeigt auch folgende Grafik deutlich:



5.2 Berlin als Messestadt

Berlin lockt jedes Jahr tausende Messebesucher aus der ganzen Welt an. Dafür genutzt wird das ExpoCenter City, das 160.000 m² Hallenfläche, verteilt auf 26 Messehallen, bietet. Neu eröffnet wurde der City Cube, eine große Halle, die als Kongresszentrum und Eventlocation dient. Außerdem wurde ein Gelände an dem zukünftigen Flughafen BER geplant. [vgl. Messe] Bekannte Messen sind zum Beispiel die Internationale Funkausstellung (IFA), die Grüne Woche oder auch die Internationale Tourismus-Börse (ITB).

5.3 Berlin als Sportstadt

Berlin ist für viele große Sportevents bekannt. Dazu gehört zum Beispiel das DFB-Pokalfinalspiel, das jedes Jahr im Olympiastadion ausgetragen wird. In den Jahren zuvor wechselte der Ort des Finalspiels, bevor es 1985 seinen festen Platz im Olympiastadion fand [vgl. Olympiastadion]. 2014 verfolgten 76.197 Fußballfans das Finale im Stadion [vgl. Meininghaus]. Ein anderes Beispiel ist der „BMW Berlin Marathon“, der seit 1974 stattfindet. Im Jahr 2013 nahmen insgesamt 56.918 Teilnehmer aus 119 Nationen teil. [vgl. Marathon] Neben den bekannten Sportveranstaltungen und bekannten Sportvereinen wie Alba Berlin gibt es in auch einige außergewöhnliche Sportveranstaltungen, wie den „Zombie Run Berlin“ oder den „Hipster Cup“.

5.4 Berlin als Musikstadt

In Berlin spielt Musik eine wichtige Rolle. Dies liegt zum einen daran, dass viele Musiklabels in Berlin vertreten sind, die neue Trends erkennen und sie dem Publikum zugänglich machen und zum anderen an der kreativen Musikszene. Außerdem gibt es über 250 Konzert Locations jeder Größenordnung. Eine der größten ist die O2 Arena, in der bis zu 20.000 Besucher Platz finden. Damit ist sie perfekt für Musikgrößen wie Madonna oder Justin Timberlake. Doch auch die Open Air Locations „Wuhlheide“ und

„Tempelhofer Feld“ mit Platz für bis zu 22.000 Besuchern sind beliebte Konzertlocations. [vgl. Konzerte]

Berlin hat seit 2005 auch sein eigenes Musikfestival, das von Jahr zu Jahr immer größer und bekannter wird [vgl. BerlinFestival]. Im September 2014 soll zum ersten Mal die „Berlin Music Week“ stattfinden. „Die Berlin Music Week hat die Vorstellungen von einigen der einflussreichsten Player der Musik- und Kreativwirtschaft aufgegriffen und kreiert daraus sowohl ein Konferenzprogramm von Weltklasse, eingebettet in eine Umgebung mit konzentriertem Blick auf das Business, als auch ein prämiertes und schillerndes Musikprogramm.“ [MusicWeek]

5.5 Berlin als Modestadt

Zweimal im Jahr wird Berlin von Modemachern, Models und Fashionbegeisterten aus der ganzen Welt überschwemmt, denn im Januar und Juli findet jeweils die Fashion Week statt. Dabei werden die neusten Trends und Kollektionen auf verschiedenen Messen, Shows und Events präsentiert. [vgl. Fashion Week] Im Jahr 2013 kamen über 270.000 Fachbesucher, somit war die Fashion Week im Januar 2013 mit über 200 Veranstaltungen eine der Erfolgreichsten die es jemals gab. Damit ist hat sich Berlin als einer der Top fünf Modestandorte der Welt etabliert. [vgl. Fashion Week Fakten]

Zudem eröffnen in Berlin immer mehr Flagshipstores, wie der von Armani. Diese nutzen große Events um ihre Collections bekannter zu machen. Auch kleine Läden, die zum Beispiel „Green Fashion“ anbieten machen ihre Mode mit besonders zugeschnittenen Event interessanter. [vgl. Fashion Week Fakten]

5.6 Berlin als Kulturstadt

Auch im Kulturbereich hat Berlin viel zu bieten. 2015 werden zum 65. Mal die Filmfestspiele stattfinden. Die Berlinale ist weltbekannt und mittlerweile eine feste Institution. 2014 besuchten fast eine halbe Million Menschen die Kinos. [vgl. Berlinale]

Außerdem ist Berlin für seine Umzüge und Festivals bekannt. Hierzu gehören der Christopher Street Day, der seit 1979 fest etabliert ist [vgl. CSD] oder auch der Karneval der Kulturen, der seit 1996 durch Kreuzberg zieht. Beide sind mit rund einer Million Besucher die größten Umzüge Berlins. [vgl. Karneval der Kulturen]

„Seit dem Mauerfall hat die Gegenwartskunst Hochkonjunktur in der Stadt. Neben einer Vielzahl an Galerien hat die Künstlerszene Berlins aber noch mehr zu bieten. Ob beliebte

Künstlertreffs, Atelierhäuser oder Streetart. Künstler aller Stilrichtungen und ihre Werke lassen sich in der Hauptstadt entdecken.“ [Kunst] In Berlin finden zahlreiche Events in der Künstlerszene statt, sei es nun als Openings oder Kunstaktionen.

6 Lost Places

6.1 Was sind Lost Places?

Lost Places – verlorene Orte - sind Plätze, an denen Menschen in vergangener Zeit einmal ihrer Arbeit nachgegangen sind, Orte an denen Menschen gelebt haben, Orte an denen Menschen ihre Freizeit verbracht haben. Das sind Fabriken, Erholungsstätten, Krankenhäuser, Dörfer, Flugplätze, Militärgelände und dergleichen. Doch sie haben eins gemeinsam – sie sind verlassen, haben keinen Nutzen mehr und rosten vor sich hin. [vgl. Sadewasser, 2005,16]

Sie liegen meist fernab von Museen und den Sehenswürdigkeiten um welche die Touristenmassen schwirren. Sie sind schwer zu finden und die Suche führt oft über niedergedrückte Zäune, durch Löcher in Mauern und über zugewachsene Grundstücke. [vgl. Specht, 2010, 5]



Abb.10: Heilstätten Hohenlychen
Quelle: Abandonedberlin, Ciarán Fahey, 2014

Doch wenn man einen verlorenen Ort wiederfindet, erlebt man ein Stück Geschichte. Lost Places „geben Rätsel auf oder wecken Erinnerungen an längst Vergangenes“ [Specht, 2012, 4]. Sie sind Spuren der Vergangenheit, denn man findet oftmals Hinterlassenschaften der

Menschen, die hier einmal arbeiteten oder lebten, wie Möbelstücke, alte Kinderfahräder, Werkzeuge, manchmal sogar ganze Maschinen oder Wandgemälde. [vgl. Specht, 2012,6] Dabei holt sich die Natur diese Lost Places langsam zurück. Efeuranken klettern in die Gebäude, die Witterung hinterlässt ihre Spuren und der Vandalismus mancher

Leute macht auch vor diesen Orten keinen Halt. Dadurch wird die Spurensuche jedoch auch zu einem ästhetischem Erlebnis, „denn Zerstörung schafft immer auch Neues: Rost, abblätternde Farbe, morsches Holz und Scherben prägen eine ebenso zufällige wie temporäre Schönheit des Verfalls. Denn das Fortschreiten des Verfalls bringt es mit sich, dass die Gebäude ihr Gesicht ständig ändern.“ [Specht, 2010, 6]

Berlin ist voller Lost Places. Sei es der Krankenhauskomplex der Beelitzer Heilstätten, in dem seit den 90er Jahren niemand mehr gepflegt wurde, eine ganze Geisterstadt am Rande Berlins in Zossen-Wünsdorf, hinterlassen von den Sowjetischen Soldaten, oder die damalige Abhörstation am Teufelsberg, die während des Kalten Kriegs von der US-Army genutzt wurde. [vgl. Specht, 2010, 6] Dies sind nur drei von hunderten Beispielen. Durch die Wende im Jahr 1989 wurde vielen Gebäuden ihre Bedeutung genommen, aber dazu in den nächsten Kapiteln mehr.

Lost Places sind für einige Menschen ein Dorn im Auge. „Sie stören einfach nur. Aber sie sind zäh und lassen sich nicht ohne weiteres beseitigen. Sie sind groß und manchmal aus Stahl und Beton. [...] Ein Abriss oder Abbau würde viel zu teuer werden, deshalb überlässt man sie der Natur, versperrt die Zuwegungen und lässt Gras darüber wachsen. [...] Viele Bunker sind einfach zubetoniert worden.“ [Sadewasser, 2005, 16ff]

In Lost Places einzusteigen ist meist nicht ganz ungefährlich. Das hat verschiedene Gründe. Zum einen ist das Betreten oftmals verboten und im einfachsten Fall Hausfriedensbruch, falls es sich um privates Gelände handelt. Zum anderen gibt es simpel die Gefahren, die von alten Häusern ausgehen – Dächer könnten einstürzen und Decken einbrechen. Zusätzlich können von Metallresten oder Maschinen Verletzungsgefahren ausgehen. Außerdem muss man auf Landstreicher oder Securitys gefasst sein. [vgl. Sadewasser, 2005, 19ff] Doch mittlerweile gibt es sogar öffentliche Führungen durch Lost Places. Bei solchen Führungen erhält man Informationen über die Geschichte der Gebäude und wird sicher durch die Anlagen geführt. Auf der Internetseite <http://www.go2know.de/> (Stand 21.05.2014) kann man sogar geführte Fotoworkshops buchen.

6.2 Faszination Lost Places

Warum üben Lost Places so eine unglaubliche Anziehungskraft auf viele Menschen aus?

- *Morbide Schönheit* → Lost Places bieten eine morbide Schönheit des Verfalls, die zugleich verstört und begeistert. [vgl. Specht, 2010, 5] Nicht umsonst werden sie sehr oft fotografiert. Es ist etwas Besonderes, wenn die Natur sich vom Mensch geschaffene

Plätze zurückerobert, wenn Efeuranken an den Wänden entlangklettern, Putz von den Wänden bröckelt und gleichzeitig Graffiti diese Welt durchbricht. [Specht, 2010, 6]

- *Abenteuerlust und Entdeckerdrang* → Lost Places versprechen ein Abenteuer und ein Erlebnis. Um sich Zutritt zu dem Gelände oder Gebäude zu verschaffen, muss man mitunter Zäune überwinden oder sich durch das Gebüsch schlagen, Überwachungsmänner überlisten und riskante Kletterpartien wagen. Adrenalin pumpt in den Adern, wenn man ein Geräusch hört, Gänsehaut breitet sich über den ganzen Körper aus, wenn man durch die Hallen eines alten Sanatoriums schleicht. Urban Explorer Bradley L. Garrett beschreibt es auch so: „Often we felt like archaeologists, assaying surface material without deep excavation to analyse the character of places; researchers conducting a survey of affectation. These are some of the things that are uncovered through the little cracks we can pry open. [...]Urban Exploration is a shallow form of discovery, but it is often a more encompassing way of working through places.“ [Garrett, 2013, 64-65]

- *Reiz des Verbotenen* → Meist ist das Betreten der Lost Places illegal. Denn laut § 123 des Strafgesetzbuchs, begeht man Hausfriedensbruch, wenn man unbefugt privates oder öffentlich nicht zugängliches Gelände betritt. [vgl. Strafgesetzbuch] Doch genau das macht für manche den besonderen „Kick“ aus.

- *Geschichte erleben* → Lost Places sind Orte an denen Geschichte stattgefunden hat. Menschen haben dort gearbeitet und gelebt. Dabei ranken sich Geschichten um diese. Es ist nicht wie bei klassischen Denkmälern oder Schlössern, zu denen es offizielle Lektüre gibt, oder Führungen, bei denen man die Informationen „vorgekauft“ bekommt. Meist sind die Informationen spärlich oder müssen in Kleinstarbeit recherchiert werden. [vgl. Sadewasser, 2005, 17] Oftmals findet man noch alte Gebrauchsgegenstände. „Jedes Fundstück ist ein Souvenir. Im Gegensatz zum klassischen Souvenir fehlt dem Finder aber die eigene Erinnerung. Er muss sie sich in Gedanken erst schaffen – und kann so seine ganz eigene Geschichte entstehen lassen.“ [Specht, 2012,4] Der Journalist Felix Stephan schreibt in einem Zeitungsartikel treffend: „Wenn man in einem Gebäude steht, das seit 30 Jahren nicht betreten wurde, steht nichts zwischen dem Betrachter und der Vergangenheit. Die Dinge in diesen Gebäuden verweisen nicht auf die Vergangenheit, sie sind selbst das Vergangene.“ [Stephan, 2012, S.1]

- *Flucht vor der überfüllten und überfunktionalen Stadt* → Die Stadt wird immer voller, öffentliche Plätze werden durch Videokameras überwacht. [vgl. Garrett, 2013, 36] Alles ist auf Funktionalität ausgelegt. Sie soll unsere Abläufe erleichtern und unsere Bedürfnisse befriedigen. [vgl. Stephan, 2012, S.1] Der bekannte Urban Explorer Dsankt schreibt auf seiner Website, dass das Leben langweilig, monoton und sinnlos sei. Wir würden um einen Status kämpfen, und versuchen in einem fragwürdigen Rennen mitzuhalten. Wir fragen nach Unterhaltung, weil wir zu müde, zu hilflos und gar nicht mehr fähig sind, uns selbst zu unterhalten. [vgl. Dsankt] „Vor nicht allzu langer Zeit gab es wenigstens noch die Möglichkeit, sich dieser Kontrolle zu entziehen, indem man in die Welt hinausfuhr. Die Ränder unserer Karten hatten noch Fransen, es gab Orte, die noch nicht vermessen, nicht kartographiert, nicht interpretiert waren. Irgendwo gab es immer noch einen unbestiegenen Berg.“ [Stephan, 2012, S.1] Doch mittlerweile gibt es kaum noch etwas Neues oder Unbekanntes zu entdecken. Alles hat seinen Zweck und seinen Sinn und seine Regeln. Die Lost Places geben ein Gefühl von Freiheit, „weiße Flecken auf Großstadt-Karten“, wie es Stephan beschreibt. Durch das Urban Exploring kann man aus diesem Trott ausbrechen. Dsankt, ein sehr bekannter Urban Explorer, schreibt: „I'm tired of watching, feeling safe, being scared of life and taking chances. Life is for participating not spectating. Exploring, squatting, dumpster diving, freight hopping, sleeping on rooftops, hitchhiking, climbing, caving, train surfing, roadtrips, adventures. The playground of the city sits at our doorstep overrun by advertising chasing every piece of eye real estate and ruled by people intent on telling you what you can and can't do. Life is waiting for you, this isn't a practice run.“ [Dsankt]

- *Neugier* → Lost Places werden durch die Medien und den Trend des Urban Explorings immer mehr in das Rampenlicht gerückt. Dadurch werden sie immer bekannter. Größere Gruppen schließen sich in Szenen zusammen, wie zum Beispiel die der Crossgolfer. Andere Gruppen schließen sich zusammen um alte Industriestätten zu erhalten. Durch große Events in Lost Places wird mehr in den Medien über sie berichtet. Das macht die Menschen neugierig und motiviert sie Lost Places zu besuchen. Nach dem Night and Day Festival im Spreepark stiegen die Facebookfans der Seite Spreepark Berlin stark an. Hatte die Facebook Seite des Spreeparks Anfang des Jahres 2014 rund 15.000 Fans, sind es fünf Monate später schon doppelt so viele. [vgl. FB Spreepark]

Garrett beschreibt in einem Kapitel seines Buches das Gefühl, wenn man ein altes Artefakt findet, das alle oben genannten Faktoren zusammenbringt und die Faszination Lost Place ausmacht: „In ruins, artefacts are sometimes coated with what looks like hundreds years of grime. Finding an old bottle that is thickly layered with time's dust, you can get close to it, zooming in on it with your camera lens and watching the light refract

in different patterns as you shift your stance, seemingly revealing layer after layer of active life taking place. When you quietly sit down on the creaking floor, feeling like an out-of-place thing – the only thing not covered in dust – and listen to the pigeons coo above you, the eerie ceaseless scratch of a branch rubbing against a broken pane, the desire to inscribe yourself into the place becomes unbearable. The existential tension stacks until it pops. Slowly you lick your finger and reach out, rubbing it down the side of the bottle. And you take all those years of history into your body, watching your salivary DNA glisten in the broken sunlight, a new layer cut right into the old. These are the ways in which a body might react – the only ways a body can react – in space where time seems to slow or stop. These are the moments to pay attention and, as Bekah suggested to me, just be still.“ [Garrett, 2013, 94]

6.3 Die Entstehung der Lost Places in Berlin

„Bereits vor [...] [dem Ende des Zweiten Weltkrieges/S.A.] hatten die Alliierten beschlossen, Deutschland unter Abtrennung seiner Ostgebiete gemeinsam zu verwalten und in Besatzungszonen zu gliedern.“ [Steiner, 2004, 19] Dabei war die Industrie in der Sowjetischen Besatzungszone (SBZ) zu Anfang sehr stark, besonders in Berlin. Doch wenn es um wichtige Rohstoffe ging, war das Gebiet der SBZ auf den Handel mit anderen Teilen Deutschlands und dem Ausland angewiesen. Zwar wurden zum Beispiel in der chemischen Industrie viele Grundprodukte wie Kautschuk hergestellt, doch die Weiterverarbeitung fehlte, so gab es auch keine Bereifung für Autos. [vgl. Steiner, 2004, 19-21]

„Je mehr sich aber nach dem Krieg die Beziehungen zwischen den ehemaligen Alliierten verschlechterten und die Westzonen und die SBZ sich im Kalten Krieg abzuschotten begannen, desto negativer wirkten sich diese Disproportionen in der Wirtschaftsstruktur aus.“ [Steiner, 2004, 21-22] Mit der Zeit wurde die Wirtschaftssituation in der DDR immer schlechter.

Ab Ende der 70er Jahre beherrschten sogenannte Kombinate die Wirtschaft der DDR. Kombinate waren ein Zusammenschluss von Herstellern, die gleiche oder ähnliche Waren anboten und die der Zentrale unterstellt waren. Dadurch entstanden Großbetriebe in denen es meist mehr als 1.000 Beschäftigte gab. Dadurch erhoffte man sich effektiveres und schnelleres Arbeiten. [vgl. Steiner, 2004, 185-186]

Als 1989 schließlich die Mauer fiel, musste sich die damalige DDR plötzlich der globalen Konkurrenz stellen. Da die DDR bis 1989 in den „Rat für gegenseitige Wirtschaftshilfe“ (RGW) eingebunden war und dies nun wegfiel, konnte sie dem starken Druck nicht

standhalten. Außerdem überfluteten dank der Währungsunion nun westliche Produkte den Markt. [vgl. Martens, 2010] „Die ostdeutschen Betriebe verloren ihre regionalen Märkte an die westliche Konkurrenz zu einem Zeitpunkt, zu dem sie auf fremden Märkten schon deshalb noch gar nicht mit eigenen Produkten präsent sein konnten, da in der DDR der Handel mit dem westlichen Ausland in der Regel zentral durch staatliche Stellen geregelt worden war.“ [Martens, 2010]

Auch die Kombinate lösten sich auf und wurden in kleine bis mittelständige Betriebe aufgeteilt, oder verschwanden ganz. Dabei wurden tausende Beschäftigte entlassen. [vgl. Martens, 2010] Viele Fabriken und Industriegebäude wurden einfach verlassen, da sie nicht mehr benötigt wurden. „Von ehemals 1,4 Millionen Industriearbeitsplätzen besitzt die einst größte Industriestadt des früheren Deutschen Reiches nur mehr 140.000.“ [Guratzsch, 2003, 2] Auch Schwimmbäder oder Freizeitparks konnten sich durch ein neues und größeres Angebot nicht mehr halten. Die Menschen der damaligen DDR konnten plötzlich verreisen oder bessere Anlagen nutzen. „Das Ende des Kalten Kriegs ließ ganze Armeen verschwinden. Die Wiedervereinigung bedeutete das Ende der DDR-Alltagskultur. Und der Wechsel von der Plan- zur Marktwirtschaft nahm ganzen Industrien ihre Grundlage. Geblieben sind Ruinen, die auf unterschiedlichste Weise ein Stück der wechselhaften Geschichte Berlins und seiner Umgebung erzählen.“ [Specht, 2010, 5]

Somit standen plötzlich sehr viele Gebäude und Industriestätten leer und für diese wurde meist kein neuer Nutzen gefunden. Das sind die heutigen Lost Places.

6.4 Häuserbesetzungen in Berlin

Die Nutzung alter Gebäude ist nichts Neues. Ende der 70er und Anfang der 80er Jahre herrschte ein großer Mangel an Wohnungen in der DDR, vor allem auch in Ost-Berlin. Deshalb sollten zwischen 1971 und 1990 im Rahmen eines Sozialprogrammes über 3,5 Millionen neue Wohnungen gebaut werden. [vgl. Steiner, 2004, 172]

Dabei waren Altbauwohnungen, die noch nicht saniert wurden, an sehr niedrige Preise gebunden. Dies hatte die SED-Spitze als sozialpolitische Maßnahme festgelegt. [vgl. Steiner, 2004, 173] Dabei machten Altbauwohnungen Anfang der 80er Jahre circa 50 Prozent des Wohnungsbestandes in Berlin aus. Wohnungen, die privat oder staatlich saniert wurden, oder im Rahmen des Wohnungsbauprogrammes neu errichtet wurden, kosteten dagegen mehr als Doppelte. Immer mehr Altbauwohnungen sollten saniert werden, somit stiegen die Mieten und viele Menschen konnten sich das nicht mehr leisten. [vgl. Riese, 1981, 98]

„Zur Steigerung ihrer Renditen verzichteten jedoch eine Vielzahl von Hausbesitzern auf die Instandhaltung des Hauses. [...] Durch entsprechende Modernisierungsprogramme und die ständige Erwartung auf den Weißen Kreis heizte man im Gegenteil sogar noch dieses Herunterkommen ganzer Stadtteile an. Die Subventionsversprechen der öffentlichen Hand wirkten für viele Hausbesitzer als direkte Aufforderung, Investitionen zur Instandhaltung zu unterlassen. [...] Je schlechter Häuser instand gehalten sind, desto höher sind gegenwärtig die relativen Kaufpreise, denn über Totalmodernisierung und öffentliche Programme lassen sich hier die höchsten Renditen innerhalb kürzester Zeit erzielen.“ [Riese, 1981, 102 – 103]

Durch diese Verhältnisse standen trotz Wohnungsmangels ganze Häuserreihen leer. Die Besitzer wollten ihre Gebäude schneller verkaufen oder durch den Staat sanieren lassen. So entstand in der Bevölkerung die Angst davor obdachlos zu werden, gleichzeitig aber auch ein Widerstand gegen die damalige Wohnungspolitik und die Hausbesitzer. [vgl. Riese, 1981, 106]

Deshalb begannen vor allem die Ost-Berliner Häuser zu besetzen, denn dies war der schnellste Weg an eine Wohnung zu kommen und zu verhindern, dass ganze Häuser abgerissen, oder neusaniert wurden. Die Instandbesetzungsbewegung begann 1979 mit der Besetzung der Görlitzer Straße 74 und dreier Hinterhäuser. Darauf folgten sehr schnell viele weitere. In West-Berlin herrschten ähnliche Verhältnisse, doch wurden nicht so viele Wohnungen besetzt. [vgl. Kowalczuk, 1992, 254]

1980 kam es zum ersten Mal zu einer großen Auseinandersetzung zwischen Polizei und Besetzern, daraus ergab sich eine ganz neue politische Situation. „Gewalt wird zu bestimmenden Form der Auseinandersetzung zwischen staatlichen Institutionen und den Revoltierenden.“ [Kowalczuk, 1992, 254 - 255]

Nach dem Fall der Mauer wurden immer mehr Häuser im ehemaligen Ost-Berlin von West-Berlinern besetzt, da dies in Westdeutschland als klare Konfrontationslinie galt und provozieren sollte, während die Ost-Berliner Häuserbesetzungen eher als Zweckmittel ansahen. [Kowalczuk, 1992, 254 - 255]

Ein anderes Beispiel von Hausbesetzung ist das „Tacheles“. Es wurde 1909 als Kaufhaus eröffnet und danach für verschiedene Zwecke verwendet, bis es im Zweiten Weltkrieg durch die Bombardierung beschädigt wurde. Zur Zeit der DDR wurde es dann als Kino erneuert und wieder ausgebaut. Aufgrund eines Gutachtens sollte es gesprengt werden, doch kurz vor der Sprengung wurde es durch die Künstlerinitiative „Tacheles“ besetzt. Dadurch konnte eine Sprengung verhindert werden und das Gebäude wurde sogar unter Denkmalschutz gestellt. Durch die verschiedenen Künstler wurde das

„Tacheles“ zu einem Kultobjekt in Berlin, in dem viele Ateliers und Veranstaltungsräume für diverse Konzerte und Events Platz fanden. [vgl. Kunsthaus Tacheles]

So werden schon seit langer Zeit leerstehende Häuser und öffentliche Gebäude besetzt oder genutzt. Dies geschieht aus den unterschiedlichsten Hintergründen. Mit der gesellschaftlichen und historischen Entwicklung ändern sich nur die Motive und Hintergründe. Ein neuer Trend schenkt den sich selbst überlassenen Gebäuden wieder neue Beachtung und Wichtigkeit. Der Trend des Urban Explorings.

6.5 Der Trend Urban Exploring

„Kulissen sind gemeinsam erschaffene und ständig weiterentwickelte Projektionsflächen für Gefühle, Wünsche, Phantasien, das Menschsein überhaupt.“ [Schulze, 1999, 11] Genauso entwickelt sich der urbane Raum immer weiter. Hier findet grade ein neuer Trend großen Anklang - der des Urban Exploring.

Beim Urban Exploring ist die Stadt selbst die Kulisse, die als Projektionsfläche dient, sei es zur Inszenierung von Events, als Kunstobjekt oder als Spielarena für neue Sportarten. Besonders Lost Places sind dafür sehr beliebt.

„Urban Exploration ist die Erkundung von Stadtgebieten. Dabei ist nicht das wissenschaftliche oder offizielle Projekt einer Organisation gemeint. Es geht eher darum, dass private Leute [...] sich auf den Weg machen um interessante Gebiete einer Stadt zu erkunden. Interessant bedeutet hier vor allem Gebiete, die nicht in jedem Stadtführer auftauchen und eben nicht zu den offiziellen Sehenswürdigkeiten zählen. Vielmehr sind es die Orte, die in Vergessenheit geraten sind und eine gewisse Abenteuerlust bei der Erkundung voraussetzen. Jedoch gehören zur Urban Exploration auch offizielle und allgemein zugängliche Gebiete wie bspw. Parkanlagen.“ [Urban Exploring]

Dabei hat sich in den letzten Jahren eine richtige Urban Explorer Szene gebildet. Urban Explorer gibt es überall auf der Welt. „Comprising loose networks of practitioners operating under pseudonyms and false identities, the UE scene is a mysterious, secretive, exclusionary and deeply rooted community full of rare camaraderie. The one thing they all share ist the desire to find adventure in everyday life.“ [Garrett, 2013, 38] Es gibt zahllose Websites und Communities, die sich im Internet über neu gefundene Lost Places oder etwaige Gefahren austauschen. Dabei gibt es solche Seiten für ziemlich jede größere Stadt, wie zum Beispiel die Seite „<http://www.abandonedberlin.com/>“ (Stand 15.05.2014). Der Blogger „Spudnik“ besucht regelmäßig neue und alte Lost Places, fotografiert sie, beschreibt die Orte und ihre

Geschichte und erklärt, wie man am Besten in die Gebäude einsteigen kann. Außerdem warnt er vor Gefahren, wie die Einsturzgefahr mancher Häuser oder vor eventuellem Sicherheitspersonal, welches zum Beispiel auch im Spreepark patrouilliert. [vgl. Abandonedberlin] Mittlerweile gibt es sogar schon einige Bücher zu diesem Thema. Bradley L. Garrett zum Beispiel, der als einer der führenden Urban Explorer zählt, beschreibt Urban Exploring wie folgt: „By sneaking into places they are not supposed to be, photographing them and sharing those exploits with the world, explorers are recording people’s normalized relationships to city space. It is both a celebration and a protest. It is a melding, a fusing of the individual and the city, of what is allowed and what is possible, of memory and place.“ [Garrett, 2013, 21]

Neben der Urban Explorer Szene bilden sich langsam andere Gruppen, die den Trend UE weiter ausbauen.

6.5.1 Geo-Caching

„Geocaching ist eine moderne Form einer Schatzsuche bzw. Schnitzeljagd. Ausgestattet mit einem Global Positioning System (GPS)-Empfänger und den Koordinaten eines "Schatzes" aus dem Internet kann man die Schätze finden, die jemand anderes an ungewöhnlichen Plätzen versteckt hat.“ [Geocaching Deutschland] Dabei kann man auch selbst Fundstellen kreieren. Diese tragen immer ein kleines Logbuch bei sich, in denen man sein erfolgreiches Finden eintragen kann. In großen Städten gibt es besonders viele sogenannter Caches. Oftmals wird die Suche mit der Geschichte eines Ortes oder einer Stadt verbunden. Mittlerweile gibt es 2.391.372 Caches und über sechs Millionen Cacher weltweit. [vgl. Geocaching Weltweit]

6.5.2 Urban Exploring im Sport

„Sportarten werden durch die neuen Inszenierungsformen in Lebensstile eingebettet bzw. sind Ausdruck eines Lebensstils.“ [Wopp, 2004, 86] In der Stadt ist es nicht möglich manchen Sport genauso wie auf dem Land zu betreiben, da die Gegebenheiten fehlen. Deshalb hat sich der Sport in der Stadt durch Reframing gewandelt und neu erfunden. Reframing bedeutet, dass sich eine Sportart in die Richtung eines Trends verändert und dabei neu konstruiert und in der Zukunft etabliert wird. [vgl. Wopp, 2004, 480]

Der Begriff der Asphaltkultur spielt hier auch eine Rolle. Er bedeutet, dass durch immer mehr Straßen und die Verdichtung der Bebauung, die sportlichen Menschen immer mehr in den Hintergrund gedrängt werden. Doch die Sportler erobern sich diesen urbanen

Raum zurück. [vgl. Wopp, 2004, 400-401] Es sind zahlreiche neue und kreative Sportarten entstanden. So golft man zum Beispiel auf alten verlassenen Geländen [vgl. Crossgolf] oder macht die Stadt beim Parkour zum Hindernislauf der Extraklasse [vgl. Parkour].

6.5.3 Urban Exploring in der Kunst

„Als Kulisse für Fotoshootings spielen Industrieruinen schon lange eine Rolle: Bereits in den achtziger Jahren diente die grell morbide Ästhetik als Hintergrund für Bandfotos, kombiniert mit löchrigen Jeans und massigen Motorrädern. In den Neunzigern assoziierte man diese Bildsprache mit Boygroups, die sich von den Ruinen einen Anstrich von Authentizität versprachen.“ [Stephan, 2012, S.1]

Doch heute spielen die Ruinen selbst die Rolle des Models. Es gibt eine richtige Fotografenszene, die sich eigens darauf spezialisiert hat, solche Orte zu entdecken und abzulichten. Wie beliebt diese Fotografien sind, zeigen die vielen Ausstellungen, welche es überall in den großen Städten gibt. So zum Beispiel die Fotografieausstellung „Verlorene Orte“ des Fotografen Axel Hansmann. [vgl. Hansmann] Es werden sogar Fotografie Führungen durch manche Gebäude und alte Industrieanlagen angeboten [vgl. Urban Exploring Führung].

Gerade Berlin bietet die perfekten Voraussetzungen für die Urban Exploration Szene, da es eine lange und bedeutende Geschichte hat, sich immer wieder neu formt und viele Kulturen anlockt. „Berlin bietet durchgehend neue Ereignisse, Erfahrungen und Phänomene, die jeder für sich entdecken und erkunden kann. Immer wieder stößt man auf Ecken, die einem bisher unbekannt waren. Oftmals vollziehen sich skurrile und überraschende Gegebenheiten, die Entzücken und Verwunderung erwecken.“ [Spreeufer über Berlin]

Beim Urban Exploring wird die Stadt erkundet und neu entdeckt. Sie dient als Schauplatz des Entertainments oder als Zweck zur Inszenierung. So bilden sich neue Trends, die sich der Urbanisierung anpassen und sich die Asphaltlandschaft zu Nutze machen.

6.6 Nutzung von Lost Places als illegale Partylocation

Wenn in Berlin der Frühling kommt, beginnt die Zeit der Open Airs. „Der Begriff Open-Air hat in der Praxis zwei Bedeutungen. 1. Open-Air (engl. Bedeutung: im Freien) meint jede Veranstaltung, die unüberdacht stattfindet (z.B. auch Straßenfeste). 2. Open-Air

beschreibt musikalische Großveranstaltungen [...], die unüberdacht stattfinden. Oft handelt es sich hierbei auch um Open-Air-Festivals [...]. Open-Air-Veranstaltungen sind aufgrund der Witterungsbedingungen ein risikoreiches Unterfangen.“ [Henschel, 2010, 142]

In Berlin gibt es im Frühling und Sommer tausende solcher Open Airs. Diese finden oftmals in verschiedenen Außenbereichen von offiziellen Clubs statt. Doch in den letzten Jahren stieg der Trend der illegalen Open Airs. Der Grund hierfür liegt auch in der sich stets verbessernden Technik. Dank Facebook und Smartphones ist nahezu jeder miteinander vernetzt. [vgl. Hildebrandt, 2013,1] „In Foren wie restrealität.de und geschlossenen Gruppen bei Facebook machen die Veranstalter meist erst kurz vorher auf ihre Partys aufmerksam. Mal sollen Besucher [...] Hinweisen folgen, ein anderes Mal erhalten die Mitglieder der passwortgeschützten Online-Communities Koordinaten und werden bei Google Maps fündig. So finden Hunderte den Weg zu den geheimen Orten.“ [Wais, 2011] Die Facebook Gruppe „Open Airs in Berlin“ hat mittlerweile über 126.000 Fans. Es werden jeden Tag legale und illegale Open Airs angekündigt. Zu Spitzenzeiten über zehn Stück gleichzeitig. [vgl. Open Airs Berlin]

Dabei dienen hier alle möglichen Orte als Tanzfläche. Sehr beliebt sind auch die Lost Places, wie alte Schwimmbäder, leerstehende Schrebergärten, Dächer von alten Fabrikgebäuden. „Die grundlegende Taktik stellt das Finden von nutzbaren Nischen im urbanen Raum [...] dar. Dabei wird die eigene Infrastruktur genutzt und Ausrüstung aufgebaut. Folglich findet eine Nutzung des städtischen Raums zu eigenen Zwecken und Interessen statt – das Herstellen eines sozialen Raumes zur Vergemeinschaftung und Freizeitgestaltung, wo [...] keiner sein sollte. [...] Interesse bzw. der wichtige Wunsch ist dabei, einen möglichst unkontrollierten Raum zum gemeinsamen Tanzen und Feiern zu haben.“ [Lange, 2012]

Ein Problem, das sich mittlerweile ergibt, ist dass zu viele Leute auf illegale Open Airs gehen. Durch das Bekanntmachen auf sozialen Plattformen und in Communities weiß im Voraus niemand, wie viele Leute zu einer Veranstaltung kommen werden. Es gibt keine Securitys. Niemand weiß, ob der gewählte Ort dem Ansturm gerecht wird. Müll bleibt liegen und schöne Orte werden zerstört. [vgl. Hildebrandt, 2013,1]

Hans Panhoff, Umweltstadtrat in Friedrichshain-Kreuzberg, äußerte sich zu den illegalen Veranstaltungen. Durch immer größere Besuchermengen würde immer mehr Müll anfallen. Das Problem sei schwer in den Griff zu bekommen, da bis 22 Uhr das personell unterbesetzte Ordnungsamt zuständig sei, nicht die Polizei. Wenn Hunderte tanzen, könne man das dann kaum in den Griff bekommen. [vgl. Hildebrandt, 2013,1]

7 Die Opernwerkstätten

7.1 Geschichte

Das Gebäude wurde zwischen 1939 - 1941 mit der Hilfe Albert Speers errichtet. Es diente als Theaterwerkstätte und versorgte die drei großen Opernhäuser mit Dekoration und Kostümen. Außerdem wurden auf den 18.000 qm Grundfläche Bühnenbilder gebaut. Dabei waren die Opernwerkstätten Teil der Stiftung Oper Berlin. [vgl. Opernwerkstätten1]

Unter dem Hofgelände wurde im Zweiten Weltkrieg ein OP- und Entbindungsbunker gebaut, der von der Charité genutzt wurde, 2012 wurde dieser jedoch wieder abgetragen. Das Gebäude blieb während des Kriegs fast unbeschädigt und wurde dann zu Zeiten der DDR wieder als Bühnenbauwerkstatt genutzt. Dabei wurden in Spitzenzeiten an bis zu 50 Bühnenbilder gleichzeitig gebaut und das bis ins Jahr 1992. [vgl. Opernwerkstätten2]

7.2 Das Gebäude

Das Gebäude besteht aus vier Etagen. Im Erdgeschoss befindet sich ein großes Foyer, das als Eingangsportal genutzt wird, an welches auch eine kleine Garderobe grenzt. Außerdem gibt es mehrere kleine Räume mit Platz für kleinere Ausstellungen sowie eine Probebühne die für kleinere Theatervorstellungen genutzt werden kann. Im ersten Obergeschoss befindet sich die Eventetage. Durch einen Lastenaufzug können auch schwere Teile hinauf transportiert werden und mit einer Deckenhöhe von 17 Metern kann der zentrale Raum vielseitig genutzt werden. Im zweiten Obergeschoss befindet sich die Ausstellungsetage. Diese kann in mehrere Bereiche unterteilt werden. Ganz oben liegen die beiden ehemaligen Malersäle. Diese sind durch großflächige Fenster lichtdurchflutet und die Decke besteht aus einer beeindruckenden Stahlkonstruktion. Somit ist das Dachloft perfekt für Bankettveranstaltungen oder Fashion Shows. [vgl. Opernwerkstätten Gebäude]

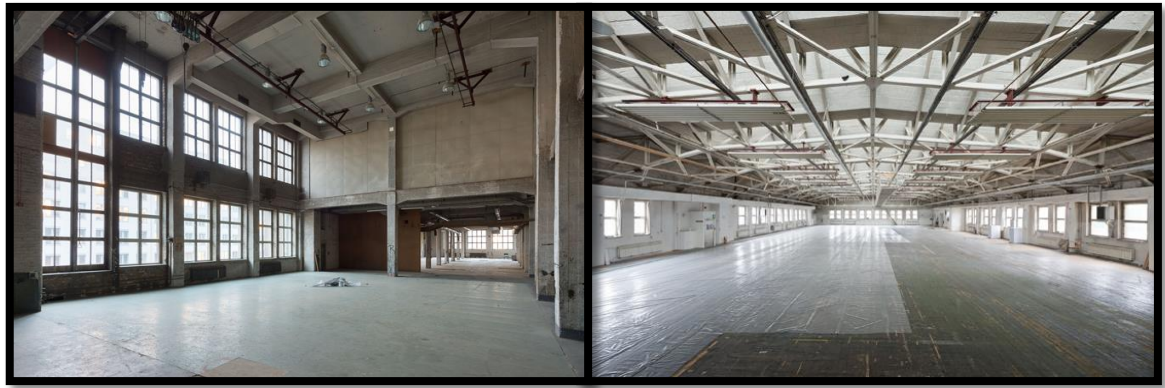


Abb. 11: Eventetage (links) und Dachloft (rechts) der Opernwerkstätten

Quelle: Opernwerkstätten, URL: <http://www.opernwerkstaetten.de/ebene2.html> /
<http://www.opernwerkstaetten.de/ebene4.html>

7.3 Nutzung als Eventlocation und Beispiel „OM-D: Photography Playground“

Die Opernwerkstätten werden für viele verschiedene Events genutzt, da sie vielseitig einsetzbar sind – vom kleinen Wohnzimmerkonzert bis zum Erlebnisrestaurant, von privater Firmenfeier bis zum großen Marketingevent. Selbst Hugo Boss präsentierte hier schon seine Kollektion während der Fashion Week. [vgl. Opernwerkstätten3] In den Opernwerkstätten findet auch ein besonderer Event statt, welcher Kunst und geschicktes Marketing perfekt vereint, der „Photography Playground“:

2013 fand der Photography Playground zum ersten Mal in Berlin statt. Unter dem Thema „Raum und Kunst“ lockte er mehr als 27.000 fotobegeisterte Menschen an. Da der Playground so erfolgreich war, findet er 2014 in Hamburg und Berlin ein Zuhause. [Olympus, 2014]

Der Photography Playground ist eine kostenlose Ausstellung und Marketingevent zugleich. In den Opernwerkstätten sind 2014 zwölf Kunstinstallationen von neun Künstlern zu sehen. Bevor man auf die Entdeckungsreise durch die alten Hallen geht, besteht die Möglichkeit sich die neue Olympus Kamera „OM-D EM10“ ausleihen. [vgl. Photography Playground]

Auf den oberen drei Etagen kann der Besucher sich nun frei durch die Kunstinstallationen bewegen und diese fotografieren, wobei neben jedem Kunstwerk eine Tafel mit Erklärungen zum Werk und Informationen über den Künstler steht, sowie eine Anleitung für die perfekte Kameraeinstellung. Manche Installationen verändern sich durch die Interaktion mit der Kamera, manche können sich durch einen bestimmten Winkel in optische Täuschungen verwandeln und lassen somit die Linien der Wirklichkeit

verschwimmen. Dabei sind die Kunstwerke so gewählt, dass die neue Kamera von Olympus zeigen kann, was in ihr steckt [vgl. Pardey, 2014]. Hat man sich diesen interaktiven Rundgang angesehen, gibt man die Kamera wieder ab und bekommt die Speicherkarte als Souvenir mit nach Hause. Neben der Ausstellung finden Workshops, Partys, Wettbewerbe und Konzerte statt.

Die Opernwerkstätten sind der perfekte Ort für diese Ausstellung. Die Kunstwerke fügen sich in das Gebäude ein, manchmal sieht es fast so aus, als ob sie zum Gebäude selbst gehören. Die Werkstätten bieten genug Kapazitäten für die vielen Besucher (ausreichend Platz, Toiletten, Garderobe etc.) und ebenso für die Kunstwerke selbst. Durch die enorme Deckenhöhe können große Installationen aufgebaut werden und durch den Lastenzug ist auch der Auf- und Abbau der Gebilde kein Problem. Außerdem bieten die Opernwerkstätten das richtige Ambiente. „Inzwischen umgibt den Komplex der marode Charme von aufgelassener Industriearchitektur: Das Gebäude, nur ein paar Schritte von der Chausseestraße entfernt, könnte auch als ehemalige Fabrik für Küchenwaagen oder Nähmaschinen im Schwäbischen stehen. [...] Wenn das kein Ort der schönen Künste ist, ja, was denn dann?“ [Pardey, 2014]

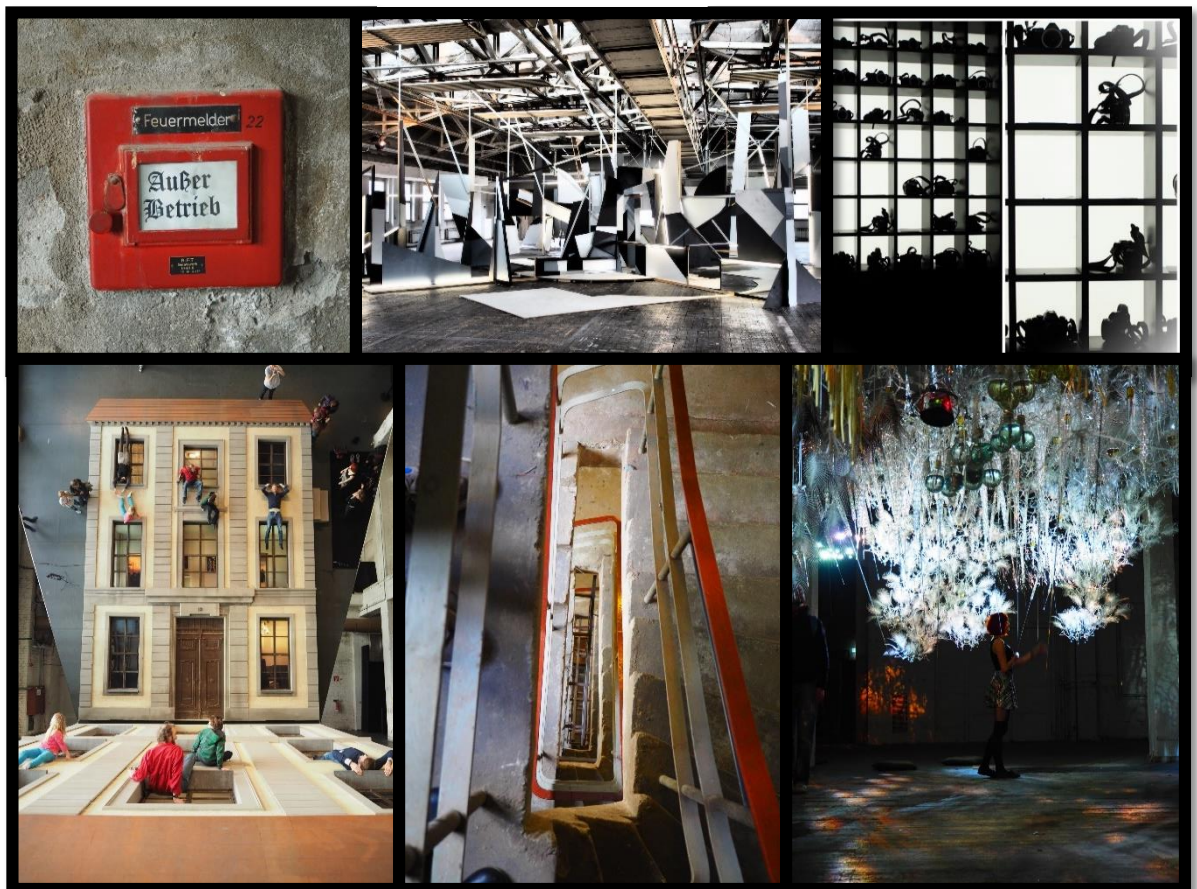


Abb. 12: Impressionen „OM-D Photography Playground“

Quelle: Eigene Abbildung

8 Der Spreepark Plänterwald

8.1 Vom Kulturpark Berlin zum Spreewald Plänterpark

„Der Rummelplatz im Plänterwald wurde am 04. Oktober 1969 als ‚VEB Kulturpark Berlin‘ eröffnet. Er wurde nach einer nur siebenmonatigen Bauzeit als Prestigeobjekt der DDR-Regierung anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der Staatsgründung an die Bevölkerung übergeben. [...] Um den Park von den restlichen DDR-Rummelplätzen abzuheben, importierte man die Fahrgeschäfte aus nichtsozialistischen Warengebieten. Von den Berlinern wurde der Kulturpark liebevoll ‚Kulti‘ genannt. [...] Er war der einzige ständige Rummelplatz der DDR.“ [vgl. Flade/ Szabo, 2011, 9]

Nach der Wiedervereinigung fiel der Park unter die Zuständigkeit des Berliner Kultursenats und sollte nach westlichem Vorbild zu einem Freizeitpark umgestaltet werden. Dafür wurde der Park öffentlich ausgeschrieben und nach einer privaten Betreibergesellschaft gesucht. Dabei war die Ausschreibung an gewisse Auflagen gebunden. Schließlich bekam die Gesellschaft „Spreepark GmbH“, die aus einer ehemaligen Verwalterin des Kulturparks und dem Investor „Witte GmbH“ bestand, den Zuschlag. In dem Vertrag wurde festgelegt, dass pro Jahr 1,8 Millionen Besucher in den neu benannten „Spreepark im Plänterwald“ kommen sollten. In den Park wurde viel Geld und Arbeit investiert, doch die Besucherzahlen sanken immer weiter. 2001 kündigte die „Spreepark GmbH“ ihren Erbpachtvertrag, doch die Kündigung wurde nicht angenommen. Stattdessen musste die Familie Witte Insolvenz anmelden und der Park wurde sich selbst überlassen. [vgl. Flade/ Szabo, 2011, 10ff]

Seitdem gab es mehrere Interessenten, die den Spreepark wieder übernehmen wollten. Doch aufgrund verschiedener Auflagen und Rahmenbedingungen scheiterten die Verhandlungen mit den Berliner Behörden und den Liegenschaftsfonds. 2008 ging das Grundstück wieder an die Eigentümerin Pia Witte zurück, da der Insolvenzverwalter das Grundstück freigab, weil es zu viele Kosten verursachte. [vgl. Flade/ Szabo, 2011, 14]

„Ende März hatte der Liegenschaftsfonds das seit 13 Jahren geschlossene Gelände des ehemaligen Vergnügungsparks im Berliner Plänterwald überraschend zurückgekauft. Für zwei Millionen Euro ging das bis 2061 laufende Erbbaurecht für das 30 Hektar große Grundstück somit an das Land zurück.“ [rbb-online, 2014]

8.2 Das Gelände

Der Spreepark erstreckt sich auf einem Grundstück von circa 28 ha, wobei es zu Zeiten der DDR nur eine 18 ha große, asphaltierte Rummelfläche gab. Nach der Wende wurden viele neue Attraktionen erbaut wie zum Beispiel die „Roting Cups“, die Achterbahn „Spreeritz“ und die Wildwasserbahn „Grand Canyon“. Das 45 Meter hohe Riesenrad war schon zu DDR Zeiten eine der Hauptattraktionen. Bekannt ist auch das Eierhäuschen, das zwar außerhalb der Umzäunung des Spreeparks steht, aber immer noch offiziell zum Betriebsgelände gehört. Es war damals ein beliebtes Berliner Ausflugslokal, das auch durch Theodor Fontanes Roman „Der Stechlin“ bekannt wurde. [vgl. Flade/Szabo, 2011, 15ff]

Heute verfällt der Park immer mehr. Er ist von Pflanzen überwuchert, wurde Opfer von mutwilligen Zerstörern und Kabeldieben. Doch die Hauptattraktionen stehen alle mehr oder weniger noch. Neun Fahrgeschäfte könnten innerhalb kürzester Zeit wieder fahrtüchtig gemacht werden. [vgl. Flade/Szabo, 2011, 105-106]



Abb. 13: Eindrücke des verlassenen Spreeparks

Quelle: Abandonedberlin, Ciarán Fahey, 2013 / 2014

Doch das macht die Magie dieses Ortes aus. „Der morbide Charme des verfallenden Vergnügungsparks Spreewald Plänterpark inspirierte ein breites Spektrum künstlerischer Arbeiten. [...] Dass gerade dieser Ort Kunstschaffende reizt, ist nicht allein darin begründet, dass es ein Ort des Verfalls ist. Die Attraktivität liegt darin, dass hier ein Ort des Vergnügens verfällt.“ [Flade Szabo, 2011, 107-108]

8.3 Nutzung als Eventlocation und Beispiel „The xx Night + Day“

Der Spreepark lockte schon viele Künstler an. Es wurden Filme gedreht, unter anderem der Film „Achterbahn“, der 2009 sogar auf der Berlinale gezeigt wurde. Die Neuköllner Oper wählte den Park zu einer „musikalischen Standortuntersuchung“ und das Theater

Hebbel inszenierte unter dem Titel „Lunapark Berlin“ eine Kunst- und Performance Vorstellung. [vgl. Flade/Szabo, 2011, 107]

2013 wagte sich der Tournee- und Konzertveranstalter „ct creative talent“ an den Spreepark heran. Sie planten das „The xx Night + Day“ Festival. Wie der Name schon beschreibt, erstreckte sich der Zeitraum des Mini-Festivals über einen Tag und eine Nacht. Mehrere bekannte Bands traten auf. Headliner, war die Londoner Band „The xx“. [vgl. Schrüfer, 2013]

Carlos Fleischmann, Geschäftsführer von „ct creative talent“ erklärte im Interview: „Wir haben für "The XX" eine außergewöhnliche Location gesucht und haben hin und her überlegt, was könnte man machen? Und dann sind wir darauf gekommen, dass im Spreepark schon lange nix mehr war und haben das entsprechend aufgesetzt, weil es zur Band und zur Atmosphäre gepasst hat. Das war der perfekte Ort dafür.“ [Interview mit Carlos Fleischmann im Anhang]

Das sah wohl nicht nur der Veranstalter so, denn die Karten waren schon einen Monat vor dem Beginn des Festivals restlos ausverkauft. [vgl. Musikexpress, 2013] „Zwischen verwitterten Fahrgeschäften und umgestürzten Dinosaurier Figuren wurde trotz des immer wiederkehrenden Regens ausgelassen getanzt und gefeiert, während im Hintergrund das rostige Riesenrad langsam seine Runden drehte. Das Konzert war für The xx die bisher größte deutsche Headliner-Show ihrer Karriere.“ [Schrüfer, 2013]



Abb.14: „The xx Night + Day“ Eintagesfestival

Quelle: Marcel Benoit / URL: http://www.greatest-berlin.de/stadtleben/story/more_night_less_day_so_weren_the_xx_im_spreepark/99389 (23. 05.2014)

Auf die Frage, ob es Hürden bei der Planung des Festivals gab, antwortete Carlos Fleischmann wie folgt: „Es gab nur Hürden. Für so ein Thema musste man alles neu aufsetzen. Wir mussten eine Bauplanung sowie eine Architekturplanung machen. Dazu noch ein Brandschutz-, Entfluchtungs-, und Sicherheitskonzept, vorlegen. Das war

schon super für uns, so ein Eintagesfestival auf einem so gut wie unproduzierbaren Gelände erfolgreich auf die Beine gestellt zu haben. [Interview mit Carlos Fleischmann im Anhang]

Die „ct creative talent gmbh“ wollte, unter dem Namen „SP Kultur und Freizeitpark GmbH“ [vgl. Jacobs, 2013], den Spreepark 2013 kaufen und daraus ein multikulturelles Freizeitgelände machen - mit Streichelzoo, Essensbuden, Zelten und einem kleinen Bootsanlegerplatz mit Containerhotel. Platz für Konzerte und andere Veranstaltungen sollte natürlich auch sein. Doch nach Fleischmann wurde gemauschelt. [Interview mit Carlos Fleischmann im Anhang]

Bei einer Versteigerung wollten sie den Park für sich beanspruchen, gaben auch das höchste Gebot ab, doch die Versteigerung wurde mittendrin abgebrochen – die Gründe nicht ganz eindeutig und unverständlich. [vgl. Jacobs, 2013]

9 Das Stadtbad Oderberger Straße

9.1 Das Stadtbad als offizielle Badeanstalt

In Berlin gibt es zahlreiche Stadtbäder. Der Ursprung der Stadtbäder geht bis ins 18. Jahrhundert zurück. In Lindenberg wurde 1893 die erste Städtische Volksbadeanstalt Berlins errichtet. Mit dem wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Aufschwung in Berlin stieg die Bewohnerzahl rasant. Gleichzeitig sanken jedoch die Wohn- und Lebensbedingungen. Die Arbeiterschaft lebte in katastrophalen Verhältnissen. Besonders die hygienischen Bedingungen ließen zu wünschen übrig. Auf 34.000 Menschen kam eine einzige öffentliche Badeanstalt, die mit 50 Pfennige für ein Warmbad sehr teuer war. [vgl. S.T.E.R.N., 2001, 6-7]

Deshalb veranlasste der damalige Magistrat 1896 den Bau einer Volksbadeanstalt in der Oderberger Straße. Dieses wurde unter der Aufsicht des Architekten Ludwig Hoffmanns, der das Erscheinungsbild vieler öffentlicher Bauten im Prenzlauer Berg prägt, 1902 eingeweiht. Nach 30 Jahren wurde das Stadtbad saniert, bevor es bei einem Luftangriff im Jahr 1940 beschädigt wurde. Doch nach Kriegsende wurden die Schäden beseitigt und das Stadtbad wurde weiter genutzt, nun auch für das Schulschwimmen. [vgl. S.T.E.R.N., 2001, 9ff]

In den 80er Jahren wurde das Bad aufgrund erheblicher Mängel sowohl hygienisch, technisch und baulicher Art, geschlossen. Nach der Wende wurden zwar einige Veranstaltungen abgehalten, doch die Restaurierung blieb aufgrund von Geldmangel aus. 1997 wurde es endgültig geschlossen. [vgl. S.T.E.R.N., 2001, 15]

2011 wurde das Stadtbad an das GLS Sprachzentrum verkauft. Seitdem fanden dort wieder Events statt. Seit 2012 wird das Stadtbad saniert und soll 2015 als Eventlocation, Kongresszentrum und Hotel wiedereröffnet werden. [vgl. Stadtbad]

9.2 Das Gebäude

„Wer sich dem Gebäude nähert, vermutet nicht, dass sich hinter der Fassade dieses ‚Renaissancepalastes‘ eine Schwimmhalle befindet. Wie bei anderen städtischen Bädern, die um die Jahrhundertwende gebaut wurden, wurde auch hier die Zweckbestimmung des Gebäudes hinter einer historischen Fassade verborgen.“ [S.T.E.R.N., 2001, 9]

Auch von innen ist das Stadtbad beeindruckend. „Fast meint man, sich angesichts des hohen Kreuzgewölbes und der mächtigen Pfeiler in einem Kirchenschiff zu befinden.“ [S.T.E.R.N., 2001, 10] Mit einer Deckenhöhe von 13 Metern und einer Fläche von 484 qm ist die Haupthalle der ehemaligen Volksbadeanstalt, in der sich auch immer noch das leere Schwimmbecken befindet, tatsächlich wunderschön und weitläufig. Bis zu 900 Personen finden in der kirchenartigen Halle Platz. Außerdem können sich die Besucher von der Balustrade, die um den ganzen Raum führt, ein Bild von oben machen. Zu Events können jedoch auch noch die Seitenflügel angemietet werden, die sich jeweils rechts und links neben dem Schwimmbecken befinden. Somit bietet das Stadtbad eine gesamt Eventlocation von 875 qm.



Abb. 15: Impressionen Stadtbad Oderberger Straße

Quelle: Crown & Crown: Location Stadtbad Oderberger

URL: http://www.stadtbadevent.de/Broschuere_Stadtbad_Oderberger.pdf

9.3 Nutzung als Eventlocation

Das Bad wird für viele verschiedene Veranstaltungen genutzt. Sei es für Firmenpräsentationen, Konferenzen, exklusive Dinner, After Partys, Ausstellungen und so weiter. Es besteht die Möglichkeit die verschiedenen Räume zu nutzen – einzeln oder als Gesamtpaket. So kann die Größe für das entsprechende Event variiert und angepasst werden. Die Räume können unterschiedlich genutzt werden, so kann das Schwimmbecken als Tanzfläche oder auch als Dinner-Room fungieren. Durch diese Wandelbarkeit können alle Arten von Events durchgeführt werden.

10 Denkmalschutz – Segen und Fluch für die Lost Places

Das „Gesetz zum Schutz von Denkmalen in Berlin“, welches im Jahr 1995 verabschiedet wurde, spielt eine große Rolle, wenn es um den Erwerb oder die Nutzung eines unter Denkmalschutz stehenden Lost Place geht. § 1 beschreibt die Aufgabe des Denkmalschutzes wie folgt [Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 58]:

- (1) Es ist Aufgabe von Denkmalschutz und Denkmalpflege, Denkmale nach Maßgabe dieses Gesetzes zu schützen, zu erhalten, zu pflegen, wissenschaftlich zu erforschen und den Denkmalgedanken und das Wissen über Denkmale zu verbreiten.
- (2) Die Belange des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege sind in die städtebauliche Entwicklung, Landespflege und Landesplanung einzubeziehen und bei öffentlichen Planungen und Maßnahmen angemessen zu berücksichtigen.

„Spätestens seit der Wende 1989 war die Berliner Denkmalpflege gezwungen, den Kampf um die Erhaltung der Berliner Industrie- und Technikdenkmale ins Zentrum ihrer Arbeit zu rücken. Die schiere Größe und die Anzahl der brachgefallenen, ungenutzten, leer stehenden Baudenkmale [...] ließen gar keine andere Wahl. Denn der Verlust der ursprünglichen Nutzung führt in der Regel zu längerem Leerstand und das [...], bedeutet für ein Bauwerk womöglich den Anfang vom Ende.“ [Strieder, 2002, 9]

Viele der Lost Places stehen unter Denkmalschutz und warten nur darauf, saniert zu werden. Dafür ist aber eine Nutzungsanpassung unumgänglich, besonders wenn die ursprüngliche wirtschaftliche Funktion des Gebäudes verloren gegangen ist. Es ist unumgänglich Kompromisse einzugehen, um einen Totalverlust zu vermeiden. [vgl. Haspel/Staroste, 2010, 192] Deshalb muss für solche Gebäude eine neue Bestimmung

gefunden werden, denn die Entwicklung von denkmalverträglichem Nutzen kombiniert mit einem wirtschaftlichen Konzept, trägt maßgebend zum Erhalt solcher Denkmäler bei. [vgl. Strieder, 2002, 9]

„Dies ist ein Paradigmenwechsel, wie ihn der Bausektor so noch nie verkraften musste: Nicht mehr das Neue, sondern der Bestand ist die Zukunftsressource. Bauen heißt umbauen, anbauen, rückbauen.“ [Guratzsch, 2003, 2] Die Stadt soll sich nachhaltig entwickeln, das heißt das nutzen, was schon da ist. „Sustainability“ ist das Wort, welches in diesem Kontext immer häufiger vorkommt. Durch Funktionsverflechtungen und die Rekultivierung von Brach- und Konversionsflächen wird die Stadt neu gestaltet. [vgl. IRS, 1997, 31]

Doch das Problem ist, dass oftmals zu wenig Geldmittel für die Erhaltung von denkmalgeschützten Gebäuden und Geländen zur Verfügung steht. Seit 1990 wurde der Etat immer weiter gekürzt, sodass die wichtigen Einrichtungen nicht richtig gepflegt werden können und ein immer größerer Substanzverlust zu erkennen ist. Oftmals reichen die Mittel nicht mal aus, um die Gefahrenabwehr sicherzustellen. [vgl. Gröhler, 2004, 1]

Auch das Stadtbad Oderberger Straße gehört zu den denkmalgeschützten Gebäuden. Hier spiegeln sich „Segen und Fluch“ denkmalgeschützter Gebäude gut wider. Auf der einen Seite konnte das Gebäude nicht einfach abgerissen oder markant verändert werden. Andererseits wurde es jahrelang nicht saniert, weil schlichtweg die Gelder fehlten. Gab es Interessenten, gab es keine Förderung des Staates, die bei der Sanierung unterstützend wirken sollte, weil Auflagen nicht erfüllt waren. 2007 erwarb die Stiftung Denkmalschutz Berlin das Bad, doch auch sie hatte nicht genug Mittel für eine Sanierung zur Verfügung und vermietete das Bad an eine Eventagentur, um wenigstens ein Mindestmaß an Erhaltungsaufwand zu gewährleisten. [vgl. Stiftung Denkmalschutz Berlin, 2009, 14]

Ein erfolgreicherer Beispiel für eine Umnutzung ist das der Schultheiss-Brauerei. Dank der flexiblen Planung des Architekten, die sich am Bestand orientierte blieb die architektonische Authentizität erhalten. Das industrielle Areal beherbergt neben der kulturellen Nutzung wie Ateliers und Theater auch gewerbliche Nutzer wie Büros, eine große Konzerthalle und Veranstaltungsräume. [vgl. Haspel/ Staroste, 2010, 196] „Wer heute über das Gelände schlendert, findet ein Fabrikdenkmal vor, an dessen Bauten noch immer und mit vielen Details die vielfältigen, für den großindustriellen Baubetrieb notwendigen Produktionsprozesse ablesbar sind.“ [Haspel/ Staroste, 2010, 197]

So ist der Denkmalschutz einerseits ein Segen, denn einige der Lost Places stehen unter Denkmalschutz und können nicht einfach abgerissen, oder radikal verändert werden. Sie sollen einen neuen Nutzen finden und nicht verrotten und erhalten sogar Förderungen. Doch andererseits verkompliziert der Denkmalschutz einiges. Viele Interessenten trauen sich nicht an die Gebäude heran. Zu viele Auflagen müssen erfüllt werden, das Gebäude muss Instand gesetzt und gehalten werden und es darf nicht verändert werden. Sei es auch nur durch die Änderung der Nutzung. Dafür müssen entsprechende Anträge bei der Denkmalbehörde und den Baubehörden eingereicht werden. [vgl. Eigentümerpflichten] Robert Frank drückt es passend aus: „Denkmale brauchen Denkmalschutz – aber manchmal führt zu viel Denkmalpflege zum Ruin des Denkmals.“ [Frank, 1989, 157]

11 Förderungsmöglichkeiten

Entscheidet man sich für einen Kauf eines denkmalgeschützten Gebäudes oder einer Fläche, gibt es Förderungsmöglichkeiten durch den Staat. § 15 des Denkmalschutzrechts in Berlin besagt [Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 298]:

- (1) Für Maßnahmen zur Erhaltung, Unterhaltung und Wiederherstellung von Bau, Garten, und Bodendenkmalen sowie sonstigen Anlagen von denkmalpflegerischem Interesse können im Rahmen der im Haushaltsplan von Berlin bereitgestellten Mittel Darlehen oder Zuschüsse gewährt werden.
- (2) Die Gewährleistung eines Darlehens oder eines Zuschusses kann mit Auflagen und Bedingungen verbunden werden. Auflagen und Bedingungen, die sich auf dem Bestand oder das Erscheinungsbild der Anlagen beziehen, sind auf Ersuchen der Denkmalfachbehörde als Baulasten in das Baulastenverzeichnis nach der Bauordnung für Berlin einzutragen. Das Nähere regelt die zuständige Senatsverwaltung durch Förderrichtlinien.

Dabei ist das Landesdenkmalamt für dasungsverfahren und die förmliche Bewilligung zuständig. Bei der Zuschusshöhe werden der Zustand und die Wichtigkeit des Gebäudes berücksichtigt. Bei einem Gebäude, das zum Beispiel einsturzgefährdet ist, wird ein Zuschuss eher gewährt. Dabei bemisst das Landesamt auch die Höhe der Fördersumme. [vgl. Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 299]

Es kann auch sein, dass gar keine Förderung gewährt wird. Es besteht kein rechtlicher Anspruch darauf, da es sich um freiwillige Leistungen im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel handelt. [vgl. Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 299]

Doch es gibt verschiedene Programme, die sich auf die Hilfe zur Erhaltung von Denkmälern spezialisiert haben, wie zum Beispiel das „BKM Sonderprogramm“, bei dem Baudenkmale, deren Zustand akut gefährdet ist, gefördert werden. [vgl. Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 300-301] Auch Stiftungen, Zuwendungen auf Bundes- und Landesebene oder Kreditinstitute können in bestimmten Fällen helfen. [vgl. Denkmalschutzrecht in Berlin, 2008, 301ff]

12 Veranstaltungssicherheit und –recht

12.1 Verantwortung

Die Veranstaltungssicherheit ist einer der wichtigsten Punkte bei der Planung eines Events. Besondere Vorsicht ist bei Veranstaltungen in Lost Places geboten. Hier besteht eine höhere Verletzungsgefahr als in Hallen oder Gebäuden, die nur zum Zweck einer Eventlocation gebaut wurden. Deswegen müssen alle rechtlichen und gesetzlichen Voraussetzungen überprüft und erfüllt werden. Die haftungsrechtliche Verantwortung liegt dabei fast immer beim Betreiber der Location oder beim Veranstalter. [vgl. Ebner, 2010, 2] Die Verantwortung ergibt sich normalerweise aus der Versammlungsstättenverordnung (VStättVO), doch diese wurde im Bundesland Berlin durch die „Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen“ (BetrVO) ersetzt. Nach § 32 der BetrVO heißt es [BetrVO, 2007, 11]:

- (1) Die Betreiberin oder der Betreiber ist für die Sicherheit der Veranstaltung und für die Einhaltung der Vorschriften verantwortlich.

[...]

- (5) Die Betreiberin oder der Betreiber kann die Verpflichtungen nach den Absätzen 1 bis 4 durch schriftliche Vereinbarung auf Veranstalterinnen oder Veranstalter übertragen, wenn diese oder deren beauftragte Veranstaltungsleiterinnen oder Veranstaltungsleiter mit der Versammlungsstätte und ihren Einrichtungen vertraut sind. Die Verantwortung der Betreiberin oder des Betreibers bleibt unberührt.

Somit ist man, egal ob Eigentümer oder Nutzer eines Lost Places als Eventlocation, für die Sicherheit verantwortlich.

12.2 Versammlungsrecht

Da bei einem Event viele Menschen zusammenkommen, gilt hier das Versammlungsrecht. Nach §1 darf jeder an Veranstaltungen teilnehmen oder diese veranstalten, solange nicht gegen das Grundgesetz verstoßen wird. Dabei wird zwischen Versammlungen in geschlossenen und öffentlichen Räumen unterschieden. [vgl. Versammlungsgesetz]

„Nach dem Versammlungsgesetz besteht grundsätzlich keine Anmeldepflicht der Veranstaltung. Es ist ein Veranstaltungsleiter (Veranstalter) zu stellen, der das Hausrecht ausübt.“ [Henschel, 2010, 188] Generell dürfen Veranstaltungen also auch in Lost Places durchgeführt werden.

12.3 Baurecht

Beim Bau und Betrieb eines Veranstaltungsortes muss geprüft werden, ob baurechtliche Genehmigungen nach der Bauordnung eingeholt werden müssen, denn jedes Gebäude unterliegt dem öffentlichen Baurecht. [vgl. Henschel, 2010, 41] Besonders wenn man Lost Places zur Eventlocation umgestalten möchte. „Sollten Gebäude mit anderer baurechtlicher Zulassung als Versammlungsstätte genutzt werden, könnte man eine Nutzungsänderung beantragen, womit man im Prinzip ein Baugenehmigungsverfahren durchläuft [...]“. [Ebner, 2010, 35] Gleichzeitig muss damit gerechnet werden, dass die Baugenehmigungsbehörde Auflagen erteilt, um die Sicherheit der Gäste zu gewährleisten. Diese können vom Bauamt, der Feuerwehr oder dem Rettungsdienst auferlegt werden. [vgl. Ebner 2010,35] Besondere Achtung ist bei Gebäuden geboten, die unter Denkmalschutz stehen, wie im Kapitel zuvor aufgezeigt.

Bei dem Kauf eines Lost Places, sollte man darauf gefasst sein, dass Umbaumaßnahmen fällig werden und entsprechende Anträge bei den Behörden eingereicht werden müssen.

12.4 Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen

Ist die Location schon als Versammlungsstätte zugelassen, muss geprüft werden, ob die Versammlungsstättenverordnung (in Berlin die BetrVO) eingehalten werden kann, das

heißt ob die geplante Nutzung der zugelassenen Nutzung entspricht. [vgl. Henschel, 2010, 41]

In Berlin ist die VstättVO in die „Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen“ eingegliedert worden. Hier wird vorgegeben, was beim Bau oder Betrieb eines Veranstaltungsortes beachtet werden muss. Dazu gehören Rettungswege, Notausgänge, Brandschutzmaßnahmen, Sicherheitskonzepte usw. [vgl. BetrVO, 2007] All diese Auflagen müssen erfüllt sein, um ein Lost Place als Eventlocation nutzen zu dürfen.

12.5 Probleme mit Schad- und Giftstoffen

Alte Gebäude sind oftmals marode und einsturzgefährdet. Doch es lauern noch ganz andere Gefahren, auf die man vor dem Kauf eines Lost Places achten sollte, um am Ende keine bösen Überraschungen zu erleben.

Dabei handelt es sich um Schad- und Giftstoffe. Diese können natürlichen Ursprungs sein, wie Pilze oder Radon. Sie lassen sich gut bekämpfen, in dem man zum Beispiel bessere Isolierungen einsetzt oder die Luftfeuchtigkeit senkt. Andererseits gibt es die künstlichen Schadstoffe, die von Menschen eingebaut wurden, weil sie damals als gute Baumaterialien galten, wie Asbest. Die Schadstoffe können aber auch bei der Produktion in Industriestätten freigesetzt worden seien. Die Beseitigung dieser kann sehr kostspielig werden. [vgl. Ursprung der Schadstoffe]

Ein bekannter Club in Berlin, die „Bar 25“, wurde auf dem Gelände eines damaligen Gaswerkes und einer Tankstelle gebaut. Erst später bemerkte man, dass der Boden verseucht war. Daraufhin mussten Bohrungen gemacht werden, um festzustellen wieviel Schadstoffe in den Boden gesickert waren. Daraufhin musste das ganze Gelände geräumt werden und die Bar umziehen, um den Boden sanieren zu können. [vgl. Rapp, 2009]

Es gibt bestimmte Gesetze, wie das Berliner Bodenschutzgesetz (Bln BodSchG), welches die Handhabung bei einem Verdacht auf Gift- oder Schadstoffe regelt. Der Verursacher, Grundstückseigentümer oder Inhaber über die tatsächliche Gewalt eines Grundstücks ist verpflichtet, selbst wenn nur der Verdacht auf eine Verseuchung besteht, sich bei der entsprechenden Umweltbehörde zu melden. [vgl. Bln BodSchG, 2004]

Missachtet man die Meldepflicht, indem man Gift- oder Schadstofffunde erst zu spät oder gar nicht anzeigt, oder indem man die Auskünfte nicht vollständig oder richtig erteilt, gilt

dies als Ordnungswidrigkeit und kann mit einer Geldstrafe von bis zu 50.000 Euro geahndet werden. [vgl. Bodenschutz Geldstrafe]

Eine Untersuchung im Voraus erspart viel Ärger, denn werden bei Bauarbeiten und Renovierungsarbeiten Gift- und Schadstoffe entdeckt, kann dies zum Stopp der Sanierung führen. Erst nach der Freigabe durch die zuständige Behörde darf die Arbeit wieder aufgenommen werden. [vgl. Bln BodSchG, 2004]

Um sich Zeit und überraschende Kosten zu sparen, kann eine Firma beauftragt werden, eine Voruntersuchung vorzunehmen. Diese entnehmen Proben, analysieren schadstoffverdächtige Materialien und dokumentieren sie. Im Falle einer Verseuchung werden Problemlösungen aufgezeigt sowie geplant und durchgeführt. So bietet zum Beispiel das „Büro für Umwelt- und Sicherheits-Technik“ (UST) so ein Gesamtpaket an. „UST ist seit Jahren ein Partner für die Beratung für alle Themen rund um Schadstoffe im Bauwesen sowie der Untersuchung von Gebäuden und Findung von Lösungen, die Kostenträger und Nutzer in Form von vorläufigen baulichen, technischen oder organisatorischen Maßnahmen bis hin zu einer endgültigen Sanierung allen Seiten gerecht wird.“ [vgl. UST]

Bei der Sanierung eines Lost Places sollte man daher in Betracht ziehen, eine Schad- und Giftstoffanalyse durchführen zu lassen, auch wenn dies im ersten Moment nicht nötig erscheint. Denn die Gefahren sitzen teilweise tief versteckt im Inneren eines Gebäudes oder in den Tiefen eines Grundstückes.

12.6 Eigentumsverhältnisse

Vor dem Kauf oder dem Pachten eines Lost Places empfiehlt es sich einen Blick in das Grundbuch zu werfen. Dieses wird vom Amtsgericht in jeder Gemeinde Deutschlands geführt. „Im Grundbuch sind die Gemarkungen der jeweiligen Gemeinde eingetragen und die Rechtsverhältnisse aller Grundstücke aufgelistet. Hier erhält man Information über Eigentümerverhältnisse und Lasten, die unter Umständen den Wert einer Immobilie schmälern könnten. Beim Kauf einer Immobilie wird die Eigentümerübertragung durch den Eintrag ins Bestandsregister dokumentiert.“ [Grundbuch]

Dabei gliedert sich das Bestandsverzeichnis in drei Abteilungen. In der ersten Abteilung werden die Eigentumsverhältnisse festgehalten. Das heißt also, wer ist der momentane Besitzer des Grundstücks und wie ist er zu diesem gelangt? Dabei wird auch das Jahr der des Eigentümerwechsels vermerkt. [vgl. Grundbuch Abteilung1]

Die zweite Abteilung ist am Wichtigsten, wenn es um den Kauf eines Lost Places geht, denn hier sind Lasten und Beschränkungen des Grundstückes vermerkt. Unter Lasten versteht man zum Beispiel das Erbbaurecht. „Bei dem Erbbaurecht handelt es sich um ein zeitlich begrenztes Recht, auf einem fremden Grundstück ein Gebäude zu bauen und zu nutzen. Grundlage hierfür ist ein Erbbaurechtsvertrag, der normalerweise über 50, 60 oder 99 Jahre vereinbart wird.“ [Erbbaurecht] Auch die Grunddienstbarkeit gehört zu den Lasten eines Grundstückes, welche große Probleme bei der Umnutzung eines Lost Places bereiten kann. Denn sie verbietet bestimmte Handlungen auf dem Grundstück oder erlaubt die Nutzung des Grundstückes durch eine andere Person. [vgl. Grunddienstbarkeit] Beschränkungen hingegen sind zum Beispiel Insolvenz- und Sanierungsvermerke. [vgl. Grundbuch Abteilung2]

In der letzten Abteilung werden die Grundschulden eingetragen. Dazu gehören auch die Hypotheken. Falls zum Beispiel beim Kauf des Grundstücks ein Kredit aufgenommen wurde und das Haus als Sicherheit angegeben wurde, so wird in der dritten Abteilung die Höhe der Grundschuld und der Kreditgeber vermerkt. [vgl. Grundbuch Abteilung3]

Um Einsicht in das Grundbuch zu bekommen, muss ein berechtigtes Interesse vorgelegt werden. Dazu muss ein Antrag bei dem entsprechenden Grundbuchamt eingereicht werden, oder man ist vom Besitzer schriftlich zur Einsicht bevollmächtigt worden. [vgl. Grundbuch Einsicht]

12.7 Kaufen, Betreiben oder Mieten?

Eine wichtige Frage die sich stellt ist, ob man einen Lost Place kauft, betreibt oder einmalig mietet. Alle drei Varianten bringen Vor- und Nachteile mit sich:

Wenn man einen Lost Place kaufen möchte, ist dies meist mit einer sehr hohen Investitionssumme verbunden. Das Grundstück samt Gebäude muss bezahlt werden und es müssen entsprechende baurechtliche Genehmigungen zur Umnutzung beantragt werden, sodass das Gebäude als Versammlungsstätte zugelassen wird. [vgl. Henschel, 2010, 41] Dabei muss, wie im Kapitel zuvor erwähnt, auf Lasten und Beschränkungen geachtet werden, sowie gegebenenfalls auf den Denkmalschutz. Ein weiterer Nachteil ist, dass trotz des Kaufes noch laufende Kosten anfallen, wie zum Beispiel Reparaturen.

Zu den Vorteilen gehört, dass man nur einmal die entsprechende Umnutzungsänderung beantragen muss, das heißt, dass auch nur einmalig Brand- und Sicherheitskonzepte zu erarbeiten sind. Außerdem ist man sein eigener Bauherr und kann die Innenräume nach

eigenem Wünschen und Denken umbauen und herrichten lassen, man besitzt die volle Gestaltungsfreiheit.

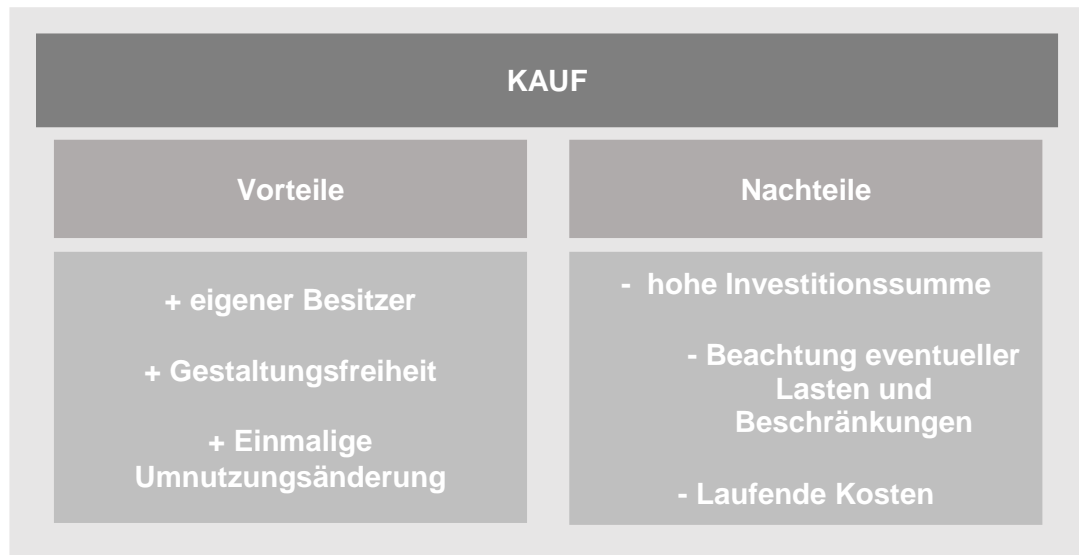


Abb.16: Vor- und Nachteile beim Kauf eines Lost Places

Quelle: Eigene Darstellung

Als Betreiber eines Lost Places ist man laut Paragraph 32 der BetrVO für die Sicherheit einer Veranstaltung und die Einhaltung der Vorschriften verantwortlich. [vgl. BetrVO, 2007, 11] Somit trägt man eine hohe Verantwortung. Ist das Gebäude nicht als Versammlungsstätte zugelassen, muss man sich immer wieder die Genehmigung der zuständigen Ordnungsämter einholen und neue Sicherheitskonzepte erstellen. [vgl. Henschel, 2010, 41] Außerdem muss man die Veranstaltungsstätte so nutzen wie sie ist und vor großen Veränderungen mit dem Eigentümer sprechen. [vgl. Betreiberpflicht]

Andererseits entstehen nicht so hohe Kosten, denn das Betreiben ist auf kürzere Sicht gesehen weitaus kostengünstiger als der Kauf eines Gebäudes. [vgl. Kirchner, 2013] Außerdem sind die Sicherheits- und Brandkonzepte, da die Events hier immer im selben Gebäude geplant werden, meist übertragbar und müssen nicht jedes Mal von Grund auf neu geplant werden.

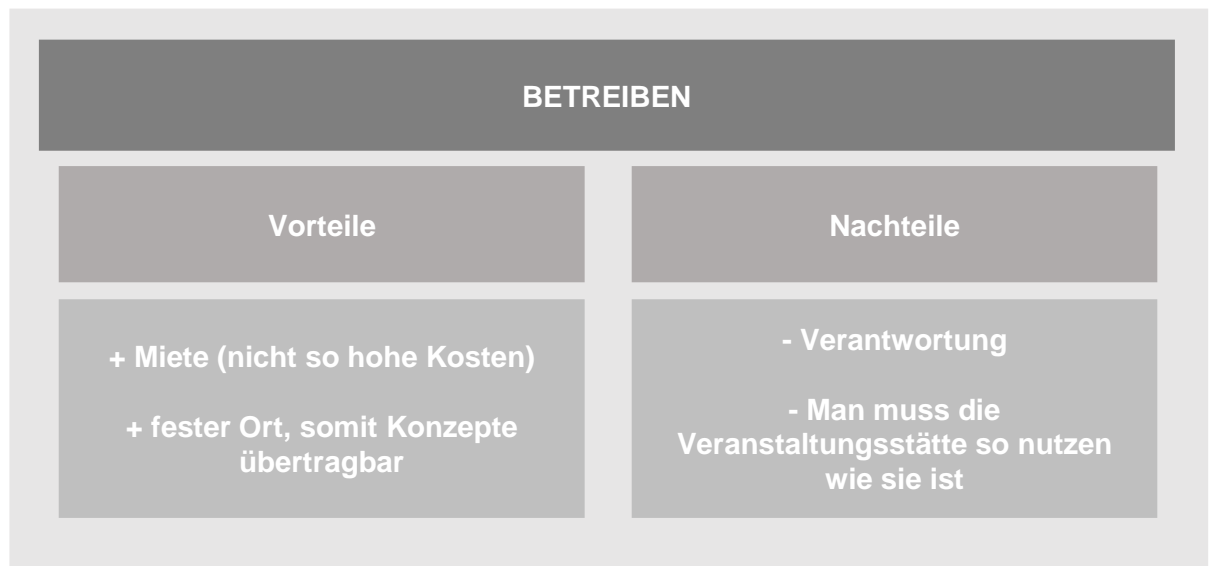


Abb. 17: Vor- und Nachteile beim Betreiben eines Lost Places

Quelle: Eigene Darstellung

Es gibt zwei große Vorteile, wenn man einen Lost Place einmalig als Eventlocation mietet. Einerseits halten sich die Mietkosten in Grenzen, da man nur für den Tag, oder die Tage, an denen das Event stattfindet zahlt. Außerdem bietet sich in manchen Locations die Möglichkeit nur bestimmte Räumlichkeiten zu mieten, wie in den zuvor erwähnten Opernwerkstätten. [vgl. Opernwerkstätten Gebäude] Somit ist man gänzlich frei, was die Auswahl der Eventlocation angeht. Man kann sie ganz individuell an das zu planende Event anpassen.

Natürlich ergeben sich auch Nachteile. Wenn ein Event jedes Mal in verschiedenen Lost Places stattfindet, kann man nicht auf Erfahrungswerte zurückgreifen und die Erstellung immer neuer Konzepte ist sehr teuer. Carlos Fleischmann, Geschäftsführer der Konzert- und Tourneeagentur „ct creative talent“, bestätigt dies wie folgt: „Wir sind ein Betrieb, der von den Einnahmen lebt. Wenn man alte Gebäude als Location nutzt, ist es sehr teuer dies zu produzieren. Man muss das in jeder Location, die keine Genehmigung als Veranstaltungsort hat, immer wieder genauso planen und das ist sehr teuer. Als normaler Betrieb kann man sich so etwas kaum leisten. Das geht dann nur über Marketing- und Merchandisingartikel, die das entsprechend bezahlen. Das passiert schon öfter.“ [vgl. Interview mit Carlos Fleischmann im Anhang]

Mietet man einen Lost Place als Eventlocation, kann man auch für die Veranstaltungssicherheit und die Einhaltung etwaiger Vorschriften verantwortlich sein. Dies ergibt sich aus dem Vertrag, der mit dem Betreiber oder Besitzer ausgehandelt

wird. Denn nach Paragraph 32 (5) der BetrVO kann die Verantwortung durch den Betreiber an den Veranstalter abgegeben werden. [vgl. BetrVO, 2007, 11]

Deshalb ist es als Mieter einer Eventlocation unerlässlich einen Mietvertrag aufzusetzen, in welchem etwaige Vertrags- und Haftungsfragen im Voraus geklärt werden, wie etwa: Was passiert im Schadensfall oder bei Leistungsstörungen? [vgl. Bretzinger, 2004, 412ff] So kann man späteren Auseinandersetzungen aus dem Weg gehen.



Abb.18: Vor- und Nachteile des einmaligen Mietens eines Lost Places

Quelle: Eigene Darstellung

13 Medienberichterstattung

Auch in den Medien wird über Lost Places berichtet. Viele wissen nur nicht, dass es sich um „vergessene Orte“ handelt. Das „Tempelhofer Feld“ ist ein gutes Beispiel hierfür, denn es sorgte für einiges Aufsehen.

Allein die Geschichte des Ortes zeigt seine Wichtigkeit für die Stadt Berlin. Diese reicht bis in das Jahr 1200 zurück, als die Komturei „Tempelhof“ durch den Tempelorden auf dem heutigen Gelände errichtet wurde. Über die Jahrhunderte wird er auf die unterschiedlichste Weise genutzt, sei es als Militärgelände, Freizeitpark oder Zeppelinhafen. [vgl. Tempelhof Geschichte1] Am 8. Oktober 1923 wird der Flughafen „Tempelhofer Feld“ eröffnet. Ab dem Jahr 1933 beginnt ein dunkler Teil der Geschichte

des Tempelhofer Feldes. Er wird für Massen-Kundgebungen und Großveranstaltungen der Nationalsozialisten genutzt. Von 1934 – 1936 befindet sich hier das Konzentrationslager „Columbia“. Während des Zweiten Weltkrieges wird ein Zwangsarbeiterlager errichtet und es werden Kampfflugzeuge hergestellt. Nach dem Krieg landeten die Flugzeuge der „Luftbrücke“ auf dem Gelände des Tempelhofer Feldes. Ab 1951 wurde der zivile Flugverkehr wieder aufgenommen, bis der Flughafen „Tempelhof“ durch die Flughäfen „Tegel“ und „Berlin-Schönefeld“ nach und nach abgelöst wird. Seit 2008 stehen viele Teile der Gebäude des Flughafens leer und die Landebahnen werden als Parkfläche genutzt. [vgl. Tempelhof Geschichte2]

Das alte Flughafengebäude des Tempelhofer Feldes ist riesig. „Die 100 Meter lange Abfertigungshalle ist die Symmetrieachse der Gesamtanlage und führt zur 400 Meter langen, stützenfrei überdachten Flugsteighalle. Zu beiden Seiten schließen sich unmittelbar die Hangars an, so dass sich ein insgesamt 1200 Meter langer geschwungener Baukörper ergibt. Gegliedert, aber auch monumentalisiert wird er durch blockhafte Treppenhaustürme im Abstand von jeweils 70 Metern.“ [vgl. Flughafengebäude] Somit gehört das Gebäude noch immer zu einem der größten Bauwerke Europas. Insgesamt stehen 50.000 qm geschlossene Flächen, 19.000 qm überdachtes Vorfeld und 236.000 qm offenes Vorfeld zur Verfügung. [vgl. Gelände Tempelhofer Feld]

Lars Riemann, Senior Manager Event Administration der „Gemeinsame Sache GmbH & Co. KG“ (Mitveranstalter des Berlin Festivals), erklärt in einem Interview: „Im Moment gibt es beim Tempelhofer Feld eine Zweiteilung in der Bewirtschaftung. Die Parkanlage wird von der städtischen Einrichtung Grün Berlin bewirtschaftet und hier sind keine kommerziellen Veranstaltungen vorgesehen und wurden bisher auch nicht genehmigt. Das ehemalige Flughafengebäude wird durch die städtische Einrichtung Tempelhof Projekt bewirtschaftet. Der Standort wird als Eventlocation entwickelt und soll perspektivisch eine feste Versammlungsstätte werden.“ [vgl. Anhang Interview Lars Riemann]

Am 25. Mai 2014 konnten die Berliner per Volksentscheid über die Zukunft des Tempelhofer Feldes entscheiden. Zur Wahl standen zwei Gesetzesentwürfe. Zum einen der SPD/CDU-Gesetzesentwurf des Abgeordnetenhauses, der vorsah, dass circa 60 Prozent der Gesamtfläche des Tempelhofer Feldes bebaut werden sollte – mit günstigen Wohnungen, Verkehrsflächen und baublockbezogener Grünflächen. [vgl. Gesetzesvorschlag1] Und zum anderen der Gesetzesvorschlag der Initiative „100 % Tempelhofer Feld“ (ThF-Gesetz), welcher die Bebauung und Privatisierung der Gesamtfläche verhindern sollte. [vgl. Gesetzesvorschlag2]

In der Zeit vor dem Entscheid war in allen großen Berliner Medien davon zu lesen, wie in der „Berliner Zeitung“ und dem „Tagesspiegel“. Doch auch größere Zeitungen wie die „Welt“ und die „Zeit“ berichteten über das Tempelhofer Feld und seine Zukunft. [vgl. Berichterstattung ThF] Zudem wurden Plakate aufgehängt und viel im Radio diskutiert. [vgl. Diskussion ThF]

Insgesamt wurden 622.785 „Ja-Stimmen“ benötigt, um das ThF-Gesetz durchzusetzen. Am 25. Mai 2014 stimmten 739.124 Berliner für den Erhalt des Tempelhofer Feldes. Somit können dort auch weiterhin Konzerte und Events, wie zum Beispiel das „Berlin Festival“, stattfinden. [vgl. Entscheid]

Das in Kapitel 6.4 erwähnte Künstlerhaus „Tacheles“ war auch lange Zeit Diskussionsgegenstand der Medien. Das Gebäude, in dem Künstler wohnten und arbeiteten und in dem viele Events stattfanden, sollte 2012 geräumt werden. Trotz vieler Demonstrationen und Aktionen der Künstler und Berliner wurde das Tacheles letztendlich geschlossen. Das Kulthaus musste weichen, da ein neuer Investor das Gebäude komplett sanieren wollte. Die Zukunftspläne sind jedoch ungewiss. [Fahrun, 2012]

So geht es vielen der Lost Places. Sie sollen zumeist exklusiven und teuren Wohnanlagen weichen. Das gefällt vielen Berlinern nicht. Dies zeigt auch die Reportage des rbb „Berlin verkauft Berlin“. Hier geht es um die alten Gebäude und Orte, die Berlin so einzigartig machen. Doch alles was kein Geld bringt wird zum Verkauf freigegeben. Das dokumentiert Gabriele Denecke in seinem Bericht und spricht mit Bewohnern und Besitzern der Lost Places. [vgl. Denecke] Auch bekannte TV-Formate setzen sich mit der Thematik Lost Places auseinander wie zum Beispiel die Wissenssendung Galileo (Pro7), die eine eigene Rubrik für verlassene und besondere Orte geschaffen hat. [vgl. Galileo Lost Places]

Doch gerade die Berliner Medien beschäftigen sich regelmäßig mit Lost Places, da sie Gegenstand vieler Diskussionen sind – die meisten Bewohner setzen sich nämlich für den Erhalt ihrer geschichtsträchtigen Orte ein, da sie mit ihnen persönliche Erinnerungen verbinden und sich ihre Kultur und Kunst bewahren möchten.

Selbstverständlich kommen auch Gegenstimmen zu Wort, die vorwiegend aus der Reihe der Investoren und der Regierung stammen. So soll beispielsweise das denkmalgeschützte Generalshotel, welches auf dem Gelände des Flughafens „Schönefeld“ liegt, dem neuen Regierungsterminal weichen, da das „Infrastrukturministerium entschied: Den Belangen des Denkmalschutzes stehe das Interesse der Bundesrepublik Deutschland für den neuen Regierungsterminal

entgegen.“ [Paul, 2011] Man sieht also, dass das Thema divers in den Medien diskutiert wird.

14 Übertragung auf andere Städte

Berlin ist prädestiniert dafür Lost Places zur Eventlocation umzugestalten. Denn hier gibt es hunderte verlassene Orte, die sich über die ganze Stadt erstrecken und nur auf eine Erweckung aus ihrem Dornröschenschlaf warten.

Doch wie sieht es in den anderen Städten Deutschlands aus? Generell kann man sagen, dass die besseren Voraussetzungen in dem jetzigen Gebiet der damaligen DDR herrschen. Durch die Geschichte des Zweiten Weltkrieges und dem Zusammenbruch der DDR (vgl. Kapitel 6.3) stehen weit mehr Gebäude leer als in den alten Bundesländern. So zum Beispiel in Görlitz. Hier kommt das Konzept „Lost Place als Eventlocation“ auch langsam ins Rollen:

Die ehrenamtliche Initiative „Attempt e.V.“ realisiert seit 2007 jedes Jahr eine große Ausstellung namens „Zukunftsvisionen“. Sie findet jeweils in einem anderen Lost Place der Stadt Görlitz statt. 2014 zum Beispiel in einer alten Nervenheilanstalt. „Visionär und nachhaltig soll damit auf die freien Möglichkeiten in freien Räumen aufmerksam gemacht werden. Denn gerade Städte in peripheren Regionen sollten ihre strukturbedingten Nachteile überwinden und sich auf ihre Chancen besinnen. Aus diesem Grund möchte Zukunftsvisionen die Kulturszene der Stadt beleben und unterstützen, um ihr als attraktiven Standortfaktor mehr Strahlkraft zu verleihen.“ [vgl. Zukunftsvisionen]

In westdeutschen Großstädten wie München wird die Umsetzung schon schwieriger, denn hier gibt es schlichtweg nicht so viele Lost Places. „Verfallene Gebäude stehen nicht lange in der Stadt, denn der Grund ist teuer.“ [Meyer, 2010] Auch der Urban Explorer Max Hardt findet, dass es in München kaum „lohnenswerte Objekte“ gibt. [vgl. Meyer, 2010]

Generell kann man sagen, dass das Konzept „Lost Place als Eventlocation“ grundsätzlich überall umgesetzt werden kann. Es gibt nur einige Bedingungen, die erfüllt werden sollten wie zum Beispiel eine günstige Lage und die Erreichbarkeit. Es müssen jedoch die jeweiligen Bestimmungen zur Sicherheit und Recht beachtet werden. Diese können von Bundesland zu Bundesland variieren, so wie die in Kapitel 12.4 erwähnte

Versammlungsstättenverordnung. Zudem muss geprüft werden, welche Behörde in der jeweiligen Stadt für welche Anträge und dergleichen verantwortlich ist.

15 Erfolgsfaktor Lost Place – die perfekte Eventlocation

Heutzutage wird es immer wichtiger sich von der Masse abzuheben, um nicht in dem Meer der Veranstalter unterzugehen. Deshalb kann ein Lost Place als individuelle und neue Art von Eventlocation ein echter Erfolgsfaktor sein.

Betrachtet man die vier wichtigen Aspekte – Strategie, Logistik, Recht und Kreativität – aus denen sich Eventmanagement zusammensetzt, so kann man in Hinblick auf die Lost Places folgendes sagen:

Lost Places helfen bestimmte Ziele durch eine Emotionalisierung bei den Besuchern zu erreichen. Zielgruppen und Szenen können durch verlassene Orte, mit denen sie etwas verbinden, aktiv angesprochen werden. So geschah dies auch bei dem Eintagesfestival „The xx Night + Day“, denn der verlassene Spreepark passte perfekt zum Image der düsteren Pop-Elektro-Gruppe und verhalf der Band zu ihrem bis dahin größten Erfolg.

Lost Places bieten oftmals mehrere Räumlichkeiten, die perfekt an das jeweilige Event angepasst werden können. Industrieruinen ermöglichen mit ihren großen Hallen Events der Superlative. Das beste Beispiel hierfür sind die Opernwerkstätten, in denen kleine Wohnzimmerkonzerte stattfinden können, aber auch Modenschauen weltbekannter Designer. Da viele der verlassenen Orte mitten in der Stadt Berlin liegen, ist eine optimale Erreichbarkeit gewährleistet. Somit werden Lieferantenwege kurz gehalten und die Besucher können die Location meistens mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen.

Wie bei anderen Events auch, müssen Rechtsgrundlagen und Sicherheitsvorschriften eingehalten werden. Das kann sich bei Lost Places etwas komplizierter gestalten, wie Carlos Fleischmann, Geschäftsführer der Tournee- und Konzertagentur „ct creative talent“ bestätigt. Somit ergeben sich Risikofaktoren an welchen die Umwandlung eines Lost Places zur Eventlocation scheitern kann, wie bei dem Club „Bar 25“, der geschlossen werden musste, um das verseuchte Gelände zu reinigen. Einerseits ist der Kauf eines Lost Places mit einer hohen Investitionssumme verbunden – das Gebäude muss gekauft und Umbaumaßnahmen vorgenommen werden. Andererseits kann die

Realisierung eines Events in einem gemieteten Lost Place sehr teuer werden, denn die Neuaufsetzung ganzer Sicherheitskonzepte verschlingt beträchtliche Summen an Geld.

Lost Places schaffen eine ganz besondere Atmosphäre. Sie sind erlebte Geschichte und bieten eine originelle Kulisse für die verschiedensten Anlässe. Events können perfekt inszeniert werden und versprechen ein nicht alltägliches Abenteuer und Erlebnis, wie zum Beispiel das Event zur Veröffentlichung des sechsten Harry Potter Bandes auf Burg Satzvey, welches die Besucher in eine ganz andere Welt versetzte.

Das Konzept „Lost Place“ als individuelle Eventlocation funktioniert. Das zeigen die vielen Berliner Beispiele, wie der Spreepark, die Opernwerkstätten oder das Stadtbad in der Oderbergerstraße.

Die Nutzung solcher Orte ist nicht nur ein Trend. Das beweisen die vielen Berliner, die sich mit Leib und Seele für die Erhaltung alter Gebäude und Orte einsetzen. Nicht umsonst stimmten über 700.000 Bewohner für die Nichtbebauung des Tempelhofer Feldes. Selbst der Denkmalschutz in Berlin unterstützt die Neubelebung der verlassenen Häuser.

Zusammengefasst kann man sagen, dass Lost Places eine echte Chance auf dem Eventmarkt bieten. Durch das hohe Potential werden noch viele dieser besonderen Locations entstehen und das nicht nur in Berlin, da es überall Visionäre und Freigeister, wie in Görlitz gibt, die sich an solch besondere Projekte herantrauen und diese verwirklichen.

Literaturverzeichnis

BetrVO (2007): Verordnung über den Betrieb baulicher Anlagen. Berlin.

Bretzinger, Otto (2004): Recht und Events

In: Haase, Frank/ Mäcken Walter (Hrsg.): Handbuch Event-Management. München.
401 – 422

Denkmalschutzrecht in Berlin (2008): Denkmalschutzrecht in Berlin. Gesetz zum Schutz von Denkmalen in Berlin. Kommentar mit Hinweisen zum Steuerrecht und zu den Fördermöglichkeiten. (Kommentaren von Haspel, Jörg/ Martin, Dieter J./ Wenz, Joachim)

Ebner, Michael (2010): Sicherheit in der Veranstaltungstechnik. Checklisten, Rechtsgrundlagen, Gefährdungsanalyse. Berlin. 2.Aufl.

Finsterer, Hans-Jörg (1999): Trendbeobachtung. Trends als Planungsparameter für das Marketing

In: Heinzlmeier, Bernhard/ Großegger, Beate/ Zentner, Manfred (Hrsg.): Jugendmarketing. Setzen Sie ihre Produkte in Szene. Wien. 193 – 195

Flade, Christopher/ Szabo, Sacha (2011): Vom Kulturpark Berlin zum Spreewald Plänterwald. Eine VergnügungskulTOUR durch den berühmten Berliner Freizeitpark. Marburg

Frank, Robert (1989): Denkmalschutz oder Stadtverschönerung?

In: Huse, Nobrbert (Hrsg.): verloren gefährdet geschützt. Baudenkmale in Berlin. Berlin. 157 – 165

Freudl, Agathe E. (2004): Grundlagen der Veranstaltungskonzeption, -organisation und -realisation aus Sicht einer Eventagentur als externer Dienstleister

In: Haase, Frank/ Mäcken Walter (Hrsg.): Handbuch Event-Management. München.
13 – 25

Garrett, Bradley L. (2013): EXPLORE EVERYTHING: PLACE HACKING THE CITY. London/New York (e-book)

Geimer, Corinna/ Legler, Christian/ Maluck, Carolin (2007): Harry Potter Kommt!
– Deutsche Post und Weltbild steuern den Hogwarts Express

In: Wünsch, Ulrich/ Thuy, Peter (Hrsg.): Handbuch Event-Kommunikation.
Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen. Berlin. 263 – 271

Graeve, Melanie (2007): Erfolgsfaktor Eventmarketing. Wie Sie mit Events,
Roadshows und Messen die Märkte erobern. Göttingen

Gröhler, Klaus-Dieter (2004): Last und Freude – Denkmalgeschützte Bausubstanz
in den Bezirken.

In: Stiftung Denkmalschutz Berlin (Hrsg.): Denkmalspiegel 2003-09. April 2004. 2.
Jahrgang Nr.2.

Guratzsch, Dankwart (2002): „Geld gibt’s nur, wenn die Bude zusammenbricht“.
IN: Stiftung Denkmalschutz Berlin (Hrsg.): Denkmalspiegel 2003-09. Juli 2002. 1.
Jahrgang Nr.2.

Haspel, Jörg/ Staroste, Hubert (2010): Denkmale in der Transformation.
Konservieren und transformieren – Denkmale in der Konversion

In: Landesdenkmalamt Berlin (Hrsg.): Berlin im Wandel. 20 Jahre Denkmalpflege
nach dem Mauerfall. 2010

Heinzlmeier, Bernhard/ Großegger, Beate/ Zentner, Manfred (1999):
Jugendmarketing. Setzen Sie ihre Produkte in Szene. Wien

Henschel, Oliver (2010): Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik,
Verwaltung. 2.Aufl. Berlin

Hitzler, Ronald/ Niederbacher, Arne (2010): Leben in Szenen. Formen juveniler
Vergemeinschaftung heute. 3. Aufl. Wiesbaden

IRS (1997): Zwischen Tradition und Vision. Stadtentwicklung durch Städtebaulichen
Denkmalschutz in den neuen Bundesländern und Berlin. Berlin

Kaiser, Anne (2008): Kommunikationsfähigkeiten der Markenarchitektur

In: Herbrand, O. Nicolai (Hrsg.): Schauplätze dreidimensionaler Markeninszenierung.
Innovative Strategien und Erfolgsmodelle erlebnisorientierter
Begegnungskommunikation. Stuttgart. 193 – 209

Kiel, Hermann-Josepf (2004): Inszenierung von Events

In: Haase, Frank/ Mäcken Walter (Hrsg.): Handbuch Event-Management. München.
69 – 127

Lucas, Rainer (2007): Eventkultur und Nachhaltigkeit – Ausgangspunkte und Überblick über die Beiträge

In: Lucas, Rainer (Hrsg.): Zukunftsfähiges Eventmarketing. Strategien, Instrumente, Beispiele. Berlin. 3 – 14

Moderer, August (2007): Ein städtisches Kongresszentrum: vom Amt zum starken Partner der Veranstaltungs-Branche!

In: Wünsch, Ulrich/ Thuy, Peter (Hrsg.): Handbuch Event-Kommunikation. Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen. Berlin. 129 – 139

Raffelt, Ursula/ Meyer Anton (2012): Architectural Branding. Wie die Marke in Architektur erlebbar wird

In: Bauer, Hans H./ Heinrich, Daniel/ Samak, Michael (Hrsg.): Erlebniskommunikation. Erfolgsfaktoren für die Marketingpraxis. Heidelberg. 207 – 222

Sadewasser, Thomas (2005): Vergessene Orte. lost places. Berlin

Schäfer-Mehdi, Stephan (2009): Event-Marketing. 3.Aufl. Berlin

Schmalzbauer, Manfred (2004): Verkehrssicherungspflichten und Verkehrsorganisation In: Haase, Frank/ Mäcken Walter (Hrsg.): Handbuch Event-Management. München. 443 – 450

Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main

Schulze, Gerhard (1999): Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt/Main

Specht, Arno (2010): Geister Stätten. Vergessene Orte in Berlin und Umgebung. Berlin

Specht, Arno (2012): Berlin Souvenirs. Spuren der Vergangenheit – Traces of the Past. Berlin

Splietorp, Christine-Elisabeth/ Kurz, Wolfgang (2004): Veranstaltungssicherheit In: Haase, Frank/ Mäcken Walter (Hrsg.): Handbuch Event-Management. München. 461 – 450 – 485

Steiner, André (2004): Von Plan zu Plan. Eine Wirtschaftsgeschichte der DDR. München

Stiftung Denkmalschutz Berlin (2009): Stadtbad Oderberger Straße. Gebrochene Versprechen

In: Denkmalspiegel. 10 Jahre Stiftung Denkmalschutz Berlin. Dezember 2009. 7. Jahrgang

Strieder, Peter (2002): Grußwort

In: Halder-Hass, Nicola/ Haspel, Jörg/ Lorenz, Gert (Hrsg.): Das Denkmal als Immobilie – Denkmalschutz Berlin. Analysen zur Revitalisierung von gewerblich genutzten Denkmalimmobilien in Berlin. Wiesbaden

Wünsch, Ulrich/ Thuy, Peter (2007): Einleitung

In: Wünsch, Ulrich/ Thuy, Peter (Hrsg.): Handbuch Event-Kommunikation. Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen. Berlin. 13 – 17

Quellenverzeichnis

Abandonedberlin: www.abandonedberlinhtml.com/p/blog-page. (Stand: 15.05.2014)

Berlinale:

https://www.berlinale.de/de/archiv/jahresarchive/2014/01_jahresblatt_2014/01_jahresblatt_2014.html#Zahlen2014 (Stand: 18.05.2014)

Bln BodSchG (2004): Berliner Bodenschutzgesetz. Berliner Gesetz zur Ausführung des Bundes-Bodenschutzgesetzes

URL: http://www.umwelt-online.de/recht/boden/laender/bln/bschg_gs.htm (03.06.2014)

Bodenschutz Geldstrafe: <http://www.berlin.de/umwelt/aufgaben/boden-meldungen-verunreinigungen.html> (Stand: 03.06.2014)

Berichterstattung ThF: <http://www.tempelhofer-park.de/> (Stand: 16.06.2014)

Betreiberpflicht:

<http://www.grundbuch.de/gesetzestexte/gesetzbuch/BGB/paragraph/535.html> (Stand: 03.06.2014)

Bevölkerungsdichte: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/BasisZeitreiheGrafik/Zeit-Bevoelkerungsstand.asp?Ptyp=400&Sageb=12015&creg=BBB&anzwer=6> (Stand: 16.05.2014)

Crossgolf: <http://www.crossgolf.de/> (Stand: 15.05.2014)

CSD: <http://www.berlin.de/events/2096878-2229501-csd-christopher-street-day.html> (Stand: 18.05.2014)

Denecke, Gabriele (2013): „Berlin verkauft Berlin“ – Eine Reportage des rbb

URL: <http://mediathek.rbb-online.de/rbb-fernsehen/die-rbb-reporter/berlin-verkauft-berlin?documentId=17854088> (17.05.2014)

Deutscher Tourismusverband (2006): Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Bonn.

URL: http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/S-taedtestudie_Langfassung.pdf (18.05.2014)

Diskussion ThF: <http://www.thf100.de/pressespiegel-beitrag-lesen/items/wahlrecht-fuer-alle-zum-volksentscheid-bei-flux-fm.html> (Stand: 16.06.2014)

Dsankt: <http://sleepycity.net/about> (Stand: 27.05.2014)

Eigentümerpflichten: <http://www.denkmalschutz.in/Baudenkmal.html#pflichten> (Stand: 01.06.2014)

Entscheid: <http://www.thf100.de/die-initiative.html> (Stand: 16.06.2014)

Erbbaurecht: <http://www.drklein.de/finanzlexikon/eintrag/e/erbbaurecht.html> (Stand: 01.06.2014)

Fahrun, Joachim (2012): Berliner Kunsthaus Tacheles schließt für immer
URL: <http://www.morgenpost.de/berlin/article108954156/Berliner-Kunsthaus-Tacheles-schliesst-fuer-immer.html> (17.06.2014)

Fashion Week: <http://www.berlin.de/special/shopping/mode/fashion-week/> (Stand: 18.05.2014)

Fashion Week Fakten: <http://www.berlin.de/sen/wirtschaft/abisz/mode.html> (Stand: 18.05.014)

Flughafengebäude: <http://www.berlin.de/orte/sehenswuerdigkeiten/flughafen-tempelhof/> (Stand: 17.06.2014)

Galileo Lost Places: <http://www.prosieben.de/tv/galileo/videos/rubriken/lost-places> (Stand:17.06.2014)

Gelände Tempelhofer Feld: <http://www.tempelhoferfreiheit.de/ueber-die-tempelhofer-freiheit/flughafengebäude/gegenwart/> (Stand: 16.06.2014)

Geocaching Deutschland: <http://www.geocaching.de/> (Stand: 15.05.2014)

Geocaching Weltweit: <http://www.geocaching.com/> (Stand: 15.05.2014)

Gesetzesvorschlag1: <http://www.thf100.de/planung-und-strategie.html> (Stand: 16.06.2014)

Gesetzesvorschlag2: <http://www.thf100.de/das-wiesenmeer-schuetzen.html> (Stand: 16.06.2014)

Grundbuch: <http://www.denkmalschutz.in/Grundbuch.html> (Stand: 03.06.2014)

Grundbuch Abteilung1: <http://www.grundbuch.de/abteilung-1.html> (Stand: 03.06.2014)

Grundbuch Abteilung2: <http://www.grundbuch.de/abteilung-2.html> (Stand: 03.06.2014)

Grundbuch Abteilung3: <http://www.grundbuch.de/dritte-abteilung.html> (Stand: 03.06.2014)

Grundbuch Einsicht:

<http://www.berlin.de/sen/justiz/gerichte/kg/grundbuch/grundbuchverfahren.html>
(Stand: 03.06.2014)

Grunddienstbarkeit: <http://www.grundbuch.de/?id=66> (Stand: 03.06.2014)

Hansmann: <http://fotoausstellung.wordpress.com/verlorene-orte-outdoor/> (Stand: 15.05.2014)

Hildebrandt, Martin (2013): Zu wild gefeiert. Illegale Freiluftpartys in Berlin
URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/illegale-freiluftpartys-in-berlin-zu-wild-gefeiert/8191888.html> (22.05.2014)

Jacobs, Stefan (2013): Berlin: Finanzamt stoppt Verfahren. Spreepark-Versteigerung vorerst geplatzt
URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/berlin-finanzamt-stoppt-verfahren-spreepark-versteigerung-vorerst-geplatzt/8444490.html> (05.06.2014)

Karneval der Kulturen: <http://www.visitberlin.de/de/event/09-06-2014/karneval-der-kulturen-2014> (Stand: 18.05.2014)

Kirchner, Christian (2013): Immobilienbesitz oder Miete: Kauf dich reich!
URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/kaufen-oder-mieten-warum-immobilienbesitzer-vermoegender-sind-a-932524.html> (04.06.2014)

Konzerte: <http://www.berlin.de/sen/wirtschaft/abisz/musikwirtschaft.html> (Stand: 18.05.2014)

Kunst: <http://www.berlin.de/kultur-und-tickets/tipps/kunst/> (Stand: 18.05.2014)

Kunsthau Tacheles: <http://www.kunsthau-tacheles.de/institution/history/> (Stand: 14.05.14)

Lange, Marc (2012): Tanzen mit Taktik. Eine Analyse ausgewählter Open Airs in der Berliner Technoszene. Berlin
URL: <http://www.berlin-mitte-institut.de/tanzen-taktik-analyse-open-air-berliner-technoszene/> (22.05.2012)

Locations in Berlin:

http://www.locationguide24.com/de/event+location+in+Berlin/Kein_Regierungsbezirk/Berlin/Deutschland?distance=50 (Stand: 07.05.2014)

Marathon: <http://www.bmw-berlin-marathon.com/event/statistik-und-geschichte.html>
(Stand: 18.05.2014)

Martens, Bernd (2010): Wirtschaftlicher Zusammenbruch und Neuanfang nach 1990.

URL:<http://www.bpb.de/geschichte/deutsche-einheit/lange-wege-der-deutschen-einheit/47133/zusammenbruch?p=all> (14.05.2014)

Meininghaus, Felix (2014): Arjen Robben bezwingt erneut den BVB

URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/bayern-sieg-im-dfb-pokalfinale-robbens-tor-bezwingt-erneut-den-bvb-1.1968101> (18.05.2014)

Messe: <http://www.messe-berlin.de/MesseBerlinLocations/> (Stand 16.05.2014)

Meyer, Lisa (2010): Urban Explorer in München – Betreten verboten!

URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/urban-explorer-in-muenchen-betret-verboten-1.68267> (18.06.2014)

Musikexpress (2013): THE XX IM BERLINER SPREEPARK: 'NIGHT + DAY'-FESTIVAL IST AUSVERKAUFT

URL: <http://www.musikexpress.de/news/meldungen/article399717/the-xx-im-berliner-spreepark-night-day-festival-ist-ausverkauft.html> (05.06.2014)

MusicWeek: <http://www.berlin-music-week.de/de/about/> (Stand: 18.05.2014)

Olympiastadion: [http://www.olympiastadion-](http://www.olympiastadion-berlin.de/index.php?id=135&no_cache=1&tx_cal_controller%5Bview%5D=event&tx_cal_controller%5Btype%5D=tx_cal_phpicalendar&tx_cal_controller%5Buid%5D=352&tx_cal_controller%5Blastview%5D=view-list%7Cpage_id-7&tx_cal_controller%5Byear%5D=2014&tx_cal_controller%5Bmonth%5D=05&tx_cal_controller%5Bday%5D=17&cHash=9be9a015d6)

[berlin.de/index.php?id=135&no_cache=1&tx_cal_controller%5Bview%5D=event&tx_cal_controller%5Btype%5D=tx_cal_phpicalendar&tx_cal_controller%5Buid%5D=352&tx_cal_controller%5Blastview%5D=view-list%7Cpage_id-7&tx_cal_controller%5Byear%5D=2014&tx_cal_controller%5Bmonth%5D=05&tx_cal_controller%5Bday%5D=17&cHash=9be9a015d6](http://www.olympiastadion-berlin.de/index.php?id=135&no_cache=1&tx_cal_controller%5Bview%5D=event&tx_cal_controller%5Btype%5D=tx_cal_phpicalendar&tx_cal_controller%5Buid%5D=352&tx_cal_controller%5Blastview%5D=view-list%7Cpage_id-7&tx_cal_controller%5Byear%5D=2014&tx_cal_controller%5Bmonth%5D=05&tx_cal_controller%5Bday%5D=17&cHash=9be9a015d6) (Stand 18.05.2014)

Olympus (2014): Der OM-D: PHOTOGRAPHY PLAYGROUND geht in die zweite Runde.

URL:http://www.olympus.de/corporate/de/press_centre/press_releases/consumer/der_om_d_photography_playground_geht_in_die_zweite_runde_.jsp (21.05.2014)

Open Airs Berlin: <https://www.facebook.com/OpenAirBerlin?fref=ts> (Stand: 22.05.2014)

Opernwerkstätten Gebäude: <http://www.opernwerkstaetten.de/index.html> (Stand: 21.05.2014)

Opernwerkstätten1: <http://www.opernwerkstaetten.de/geschichte.html> (Stand: 21.05.2014)

Opernwerkstätten2: <http://www.visitberlin.de/de/ort/opernwerkstaetten> (Stand: 21.05.2014)

Opernwerkstätten3: <http://www.opernwerkstaetten.de/referenzen.html> (Stand: 22.05.2014)

Pardey, Hans-Heinrich (2014): Was die Handykamera nicht kann. Olympus OM-D Playground 2014. URL: <http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/audio-video/olympus-om-d-playground-2014-was-die-handykamera-nicht-kann-12911754.html> (21.05.2014)

Parkour: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/parkour-die-ganze-stadt-ist-mein-hindernis-1517479.html> (Stand: 15.05.2014)

Paul, Ulrich (2011): Generalshotel. Der Abriss ist beschlossen
URL: <http://www.berliner-zeitung.de/berlin/generalshotel-der-abriss-ist-beschlossen,10809148,11142666,item,0.html> (18.06.2014)

Photography Playground:

<http://photographyplayground.olympus.de/2014/03/24/olympus-om-d-photography-playground-berlin.html> (Stand: 21.05.2014)

Rapp, Tobias (2009): Jahrmarkt der späten Stunden
URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-66886640.html> (03.06.2014)

rbb-online (2014): Spreepark nun ohne die Wittes. Pächterin muss räumen.
URL: <http://www.rbb-online.de/politik/beitrag/2014/05/spreepark-geraeumt.html> (21.05.2014)

Schrüfer, Martin (2013): THE XX UND CO VERZAUBERN DEN BERLINER SPREEPARK URL: <http://kasse4.wordpress.com/2013/06/06/the-xx-und-co-verzaubern-berliner-spreepark/> (12.06.2014)

Spreeufer über Berlin: <http://spreeufer.com/uber-spreeufer-com/> (Stand: 14.05.14)

Spuk: <http://www.berliner-spriepark.de/mediathek/videos/spuk-unterm-riesenrad>
(Stand: 29.05.2012)

Stadtbad: <http://stadtbad-baublog.tumblr.com/> (Stand 23.05.2014)

Stephan, Felix (2012): Fenster zur ungeschönten Vergangenheit. Urban Explorer steigen in verlassene Gebäude ein.

URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/urban-explorer-steigen-in-verlassene-gebaeude-ein-fenster-zur-ungeschoenten-vergangenheit-1.1355456> (26.05.2014)

Strafgesetzbuch: http://www.gesetze-im-internet.de/stgb/__123.html (Stand: 29.05.2012)

Tempelhof Geschichte1: <http://www.tempelhoferfreiheit.de/ueber-die-tempelhofer-freiheit/standortgeschichte/chronik/> (Stand: 13.06.2014)

Tempelhof Geschichte2: <http://www.tempelhoferfreiheit.de/nc/ueber-die-tempelhofer-freiheit/standortgeschichte/chronik/?page=3> (Stand: 13.06.2014)

Tourismus: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/BasisZeitreiheGrafik/Zeit-tourism.asp?Ptyp=400&Sageb=45005&creg=BBB&anzwer=6> (Stand: 16.05.2014)

Urban Exploring: <http://marodes.de/urban-exploration> (Stand:14.05.14)

Urban Exploring Führung: <http://www.go2know.de/index.php> (Stand: 15.05.2014)

Ursprung der Schadstoffe: <http://www.ee-concept.de/leistungen/baustoffberatung/schadstoffberatung/schadstoffe.html> (Stand: 02.06.14)

UST: <http://www.ust-schadstoff.de/schadstoffe.html> (Stand: 03.06.2014)

Versammlungsgesetz:<http://www.gesetze-im-internet.de/versammlg/BJNR006840953.html> (Stand: 30.05.2014)

Visit Berlin (2013): Kongress-Statistik. Berlin

URL:http://convention.visitberlin.de/sites/default/files/kongress_statistik_berlin_2012_-_kurzfassung_13_02_2013_.pdf (18.05.2014)

Wais, Jakon (2011): Bis zum Sonnenaufgang. Wilde Feiern. Berlin

URL: <http://www.taz.de/!75234/> (22.05.2014)

Zentner, Manfred (2013): Jugendkulturelle Szenen. Was passt zusammen und was stößt sich ab? Wien

URL:http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Daten-und-Fakten_Szeneanalyse_Zentner_2013.pdf (19.05.2014)

Zukunftsvisionen: <http://zukunftsvisioneningoerlitz.de/> (Stand: 18.06.2014)

Anhang

„Face-to-Face“ Interview mit Carlos Fleischmann, Geschäftsführer von „ct creative talent:

Was macht Creative Talent?

Wir veranstalten Tourneen von nationalen und internationalen Künstlern, wie Muse, The XX, Kylie Minogue, Backstreet Boys und vielen anderen.

Wie seid ihr auf den Spreepark als Konzertlocation gekommen?

Wir haben für "The XX" eine außergewöhnliche Location gesucht und haben hin und her überlegt, was könnte man machen? Und dann sind wir darauf gekommen, dass im Spreepark schon lange nix mehr war und haben das entsprechend aufgesetzt, weil es zur Band und zur Atmosphäre gepasst hat. Das war der perfekte Ort dafür.

Was gab es für Hürden?

Es gab nur Hürden. Für so ein Thema musste man alles neu aufsetzen. Wir mussten eine Bauplanung sowie eine Architekturplanung machen. Dazu noch ein Brandschutz-, Entfluchtungs-, und Sicherheitskonzept, vorlegen. Das war schon super für uns, so ein Eintagesfestival auf einem so gut wie unproduzierbaren Gelände erfolgreich auf die Beine gestellt zu haben.

Wollt ihr den Spreepark nun öfter nutzen?

Wir wollten den Spreepark 2013 kaufen, aber das hat leider nicht geklappt. Wir hatten ihn eigentlich bei einer Versteigerung gewonnen, aber den Zuschlag nicht bekommen, da die Versteigerung dann abgebrochen wurde. Es wurde gemauschelt, deswegen klappte das leider nicht.

Haben Lost Places eine Chance als Eventlocation?

Wenn man genug Geld hat ja, dann ist alles möglich. Wir sind ein Betrieb, der von den Einnahmen lebt. Wenn man alte Gebäude als Location nutzt, ist es sehr teuer dies zu produzieren. Man muss das in jeder Location, die keine Genehmigung als Veranstaltungsort hat, immer wieder genauso planen und das ist sehr teuer. Als normaler Betrieb kann man sich so etwas kaum leisten. Das geht dann nur über Marketing- und Merchandisingartikel, die das entsprechend bezahlen. Das passiert schon öfter.

Was hätten Sie denn mit dem Spreepark gemacht wenn Sie ihn bekommen hätten?

Wir wollten da ein multikulturelles Freizeitgelände draus machen - mit Streichelzoo, Essensbuden, Zelten und einem kleinen Bootsanlegerplatz mit Containerhotel. Und natürlich Platz für Konzerte und andere Veranstaltungen. Das Konzept war sehr gut, aber was nicht ist, kann man leider nicht haben.

Interview per E-Mail mit Lars Riemann, Senior Manager Event Administration „Gemeinsame Sache GmbH & Co. KG“ (Mitveranstalter des Berlin Festivals):

Dürfen Events auf dem Tempelhofer Feld stattfinden?

Im Moment gibt es beim Tempelhofer Feld eine Zweiteilung in der Bewirtschaftung. Die Parkanlage wird von der städtischen Einrichtung Grün Berlin bewirtschaftet und hier sind keine kommerziellen Veranstaltungen vorgesehen und wurden bisher auch nicht genehmigt.

Das ehemalige Flughafengebäude wird durch die städtische Einrichtung Tempelhof Projekt bewirtschaftet. Der Standort wird als Eventlocation entwickelt und soll perspektivisch eine feste Versammlungsstätte werden.

Welche Probleme gab es bei der Planung des „Berlin Festivals“ auf dem Tempelhofer Feld?

Im Moment muss jede Veranstaltung noch individuell mit einem Bauantrag auf Umnutzung beantragt werden, da das Gebäude noch ein Flughafen ist und diesen Nutzungszweck hat. Hierzu sind viele Unterlagen notwendig hier nur einige genannt: Bauantrag, Brandschutzkonzept, Prüfbestätigung, Brandschutzkonzept, Immissionsrechtliche Planung, Antrag Immissionsschutz, Brandschutzabnahme vor Ort, Braugenehmigung etc.

Das größte Problem bei allen innerstädtischen Veranstaltungen ist mittlerweile der Immissionsschutz, vielen Berlinern ist einfach alles zu laut.